UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS DOCTORAL

El videoclip de Hip hop andaluz: Análisis audiovisual de una cultura.



Rocío Sibaja Cumplido. Ana M. Sedeño Valdellós
COMUNICACIÓN Y MÚSICA, Octubre de 2015



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TESIS DOCTORAL

El videoclip de Hip hop andaluz: Análisis audiovisual de una cultura.

DIRECTORA DE TESIS: Dra. Ana María Sedeño Valdellós

DOCTORANDA: Rocío Sibaja Cumplido

Octubre de 2015





AUTOR: Rocío Sibaja Cumplido

http://orcid.org/0000-0002-1248-3818

EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga






AGRADECIMIENTOS

A mis padres, por su apoyo incondicional.

A los amigos que siempre están ahí.

A mi tutora, por guiarme a lo largo del proyecto.

A todos los B-boys que me han ayudado a comprender el Hip hop y formar parte de él,

en especial gracias a DJ PPL, de corazón.

ÍNDICE:




UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA





RESUMEN

Este trabajo es una investigación sobre cómo la cultura tradicional andaluza se refleja en el videoclip de Hip hop. Se acota el objeto de estudio al Hip hop producido en Andalucía, de repercusión en toda España.

La estructura de la investigación se divide en tres grandes bloques interrelacionados. Primero se define el diseño de la investigación, concretando su planteamiento y organización. En segundo lugar se investiga sobre el objeto de estudio y su contexto, estudiando los tres pilares que dan forma al videoclip de Hip hop andaluz: la cultura andaluza, el Hip hop y el videoclip. Después se realiza el análisis de la muestra, para posteriormente comentar sus resultados. Finalmente se establecen las conclusiones alcanzadas con la investigación.

A través de esta investigación, se observa cómo fluyen modernidad y tradición en los vídeos musicales de Hip hop, y cómo el formato videoclip presenta a Andalucía, actuando como medio de promoción.



This work is an investigation about how the traditional Andalusian culture is reflected in the Hip hop music vídeo. The study object is bounded to the Hip hop produced in Andalusia, that has repercussions in all Spain.

The structure of the research is divided into three interrelated blocks. First it defines the research design, specifying its approach and organization. Secondly we investigate the object of study and its context, studying the three pillars that shape the Andalusian Hip hop music vídeo: Andalusian culture, Hip hop and vídeo. After the analysis is performed, we discuss their results. Finally it is set the conclusions of the investigation.

Through this research, it is noted modernity and tradition flowing in Hip hop music vídeos, and how the vídeo format shows Andalusia, acting as a means of promotion.





INTRODUCCIÓN

El videoclip es un formato disponible hoy en diferentes soportes: televisión, ordenador, tableta, móvil… El desarrollo de las nuevas tecnologías ha multiplicado las oportunidades del audiovisual, acercándolo a los consumidores. Las características propias del videoclip hacen de él uno de los formatos audiovisuales más consumidos en la actualidad. Pero ¿qué es el videoclip? ¿Cuáles son sus funciones y objetivos?

El vídeo musical nació con la idea de promocionar una canción, un cantante o grupo. Ofrecía un nuevo concepto, una nueva forma de ver las cosas. Con la técnica del vídeo y el imaginario del cine, el videoclip ha creado una gramática audiovisual basada en su brevedad y un gran dinamismo, tanto visual como temático. La llegada del videoclip provocó la evolución de la generación de la radio a la generación MTV (Music Television). Este fenómeno comenzó en América a principios de los ochenta, pero pronto se extendió a otros continentes. Con esta cadena de televisión se pasó de escuchar rock a ver rock. En este sentido, la cadena adopta el papel de intermediario, transmitiendo elementos de diferentes culturas y mostrando al mundo las relaciones sociales que en él existen.

El vídeo tiene diferentes funciones a través de los medios. Al igual que las técnicas para la realización del vídeo se han ido renovando también su finalidad ha evolucionado. Expertos en la materia consideran que el videoclip no sólo es una forma de marketing de la industria musical, sino que ha llegado a ser una forma de representación de la sociedad democrática y capitalista. (Aufderheide, 1986, p. 57-78).

El videoclip forma parte del Hip hop como expresión artística. Sirve para promocionar un tema musical de rap dentro de un contexto creativo, pero en este caso no sólo se publicita música. En ocasiones aparecen en él referencias a marcas y productos, convirtiéndose en un formato claramente publicitario. ¿Es el videoclip un medio de promoción? ¿Qué promociona?

Los consumidores de videoclips normalmente no reconocen el videoclip como una forma comercial de la música. El espectador de videoclips elige consumir estos vídeos, pero es un espectador pasivo inmerso en un viaje virtual. La interacción entre el sujeto y la pantalla requiere poco esfuerzo para viajar a diferentes lugares y diferentes estilos de vida desde casa. Sin embargo, hay que tener en cuenta que las imágenes pueden tener interpretaciones múltiples, simultáneas e incluso contradictorias. Los videoclips se producen en un contexto cultural complejo, su significado depende de la actuación, la industria y la

diversidad de audiencia.

La música rap y sus videoclips están dirigidos a una audiencia guiada. Esta música tiene el potencial de fomentar nuevas identidades colectivas, reorganizar otras ya existentes y producir otra nuevas o combinadas. El discurso de la música popular ofrece la elección entre interpretaciones opuestas: la música como entretenimiento o como resistencia social. Los raperos convierten sus historias y experiencias particulares en conocimiento, dando significado a esas experiencias, analizando el sentido desde la realidad.

La explosión del rap va más allá del continente americano, donde evolucionó como una de las músicas más pujantes del mundo. Hoy en todo el mundo se puede escuchar rap. Es una expresión joven de las raíces, no es un género ni una moda. El Hip hop se vive, pues ha alcanzado trascendencia racial, internacional, religiosa y hasta de clases sociales. ¿Es el Hip hop una cultura global o local? ¿Cómo se identifica la cultura Hip hop en el videoclip?

Según Goodwin, los analistas del videoclip se han dedicado a analizar el videoclip narrativo plano por plano, pero esto genera un pequeño conocimiento porque el videoclip actúa dentro de una intertextualidad (Goodwin, 1992, p.90). Para comprender la función retórica del videoclip hay que entenderlo como un hecho cultural. En Andalucía, la cultura andaluza y la cultura del Hip hop se enfrentan a la cultura hegemónica. Ambas participan en el videoclip de Hip hop andaluz. ¿Sirve el videoclip como medio de promoción de la identidad cultural andaluza? ¿Cómo y por qué?

BLOQUE I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.Concepción de la idea

El videoclip es un formato audiovisual que nace en la década de los sesenta con el fin de presentar un grupo musical o cantante ante el público y vender su tema. Este formato evolucionó de tal manera que, con el trascurso de los años, pasó a conformar un género completo y a ofrecer un producto consumible por sí mismo. El videoclip, además, forma parte de la industria musical, una de las industrias que obtiene mayores ingresos y que más se acerca al público, sobre todo al más joven. Esto ha llevado, en algunos casos, al uso del vídeo musical como medio de promoción no sólo de música, sino también de imagen, de moda y de toda una serie de productos.

Beebe y Middleton señalan tres cambios significativos que han afectado al mundo del videoclip en las últimas décadas (Beebe y Middleton, 2007, p. 3):

- Surgen múltiples canales de televisión por cable y satélite dedicados a la emisión de videoclips.
- Artistas a nivel mundial ponen imagen a sus temas con este formato.
- Las nuevas tecnologías de la información aumentan las posibilidades de difusión.

Por su propia naturaleza o composición, se puede considerar además como un formato que ha servido para experimentar y ha colaborado en el desarrollo del audiovisual, que hoy más que nunca está en auge. Es, por todo, el vídeo musical un tema contemporáneo y de interés general, especialmente para productores y consumidores. Pese al consumo normalizado de videoclips en la actualidad, parece que su carácter comercial y la falta de una recopilación vídeográfica ordenada han entorpecido y alejado a la comunidad de investigadores del género. No es fácil encontrar información contrastada sobre el vídeo musical en España y tampoco son numerosos los estudios a nivel internacional.



En un trabajo de investigación anterior, se analizó una serie de videoclips creados en Andalucía. Se observó que eran temas de moda, temas de distintos géneros musicales y de artistas conocidos que, contra todo pronóstico, decidían mostrar en sus videoclips algo tan arraigado como es la cultura andaluza. Así en el formato videoclip tenía cabida modernidad y tradición, una rica mezcla que acerca la cultura al público mayoritario. Una vez más el videoclip sirve como medio de promoción, en este caso promoción de cultura.

Llamó la atención especialmente un vídeo del grupo sevillano S.F.D.K. El rap es la música que representa una cultura propia y definida: el Hip hop. Sorprendió ver que un género que apenas tiene treinta años de vida utilice el formato videoclip para mostrar y defender la cultura andaluza. A raíz del hallazgo, se consideró interesante abordar el estudio del videoclip perteneciente al rap andaluz. Con esta investigación se desea profundizar en el tema y analizar la unión de la cultura andaluza y la cultura Hip hop en un mismo formato: el videoclip.

Esta tesis se presenta como un trabajo de investigación o análisis que será de utilidad para la comunidad científica. Se trata además de un trabajo de compilación, ya que se tomarán y analizarán diferentes vídeos que sirven de muestra para la línea de investigación. El objeto de la tesis se enmarca en el ámbito de las Ciencias de las artes y las letras, clasificada por la UNESCO con el número 62. El formato videoclip, en concreto, se sitúa dentro de la Cinematografía, en el ámbito 620301. Es una tesis monográfica, cuyo tema principal es cómo el videoclip de Hip hop andaluz muestra y a su vez promociona la cultura andaluza junto a la cultura Hip hop.

1.2.Antecedentes

Como se indicaba en el apartado anterior, son pocas las investigaciones que se han dedicado al estudio del videoclip y no existe una amplia bibliografía al respecto. Tendría que surgir la cadena MTV para que aparecieran las primeras publicaciones respecto al género, que tomaban además dicha cadena como principal objeto de estudio. Estos primeros estudios eran afines a las teorías postmodernistas, pues concretaban sus postulados en este formato. Destaca la obra de E. Ann Kaplan de 1987 *Rocking around the clock: Music, television, postmodernism and consumer culture.* Posteriormente, surgen una serie de

artículos de autores como David Tetzlaff, John Fiske o Marsha Kinder. En 1992, los estudios darían un giro hacia una perspectiva musicológica y sociológica con Andrew Goodwin y su obra *Dancing in the distraction Factory.*

La mayoría de las investigaciones sobre el videoclip han realizado su interpretación partiendo de una metodología cuantitativa. Ya en 1985 Baxter y otros investigadores examinaron 62 vídeos, y en al menos la mitad hallaron imágenes de sexo, baile y violencia. En 1986 Sherman y Dominick analizaron 166 vídeos, encontrando una importante presencia de violencia y sexo en MTV. Otros estudios (Seidman, 1992; Sommers-Flanagan, Sommers-Flanagan, & Davis, 1993; y Vincent, 1989) han analizado el papel de la mujer en los vídeos musicales. Tapper, Thorson y Black (1994) estudiaron las diferencias de género en videoclips. Gran parte de estos estudios han demostrado que en el videoclip aparecen imágenes estereotipadas en cuanto a sexo, violencia o religión.

Para llevar a cabo esta investigación, es necesario definir un modelo de análisis audiovisual cualitativo, que permita comprender la relación música-imagen en el videoclip, así como atender a aspectos culturales y sociales del mismo. En los primeros tres capítulos de *Sound and Vision: the music vídeo reader* (1993), Goodwin, Frith y Lawrence Grossberg establecen la relación existente entre la música y las imágenes, teniendo en cuenta la interrelación paralela con la cultura, la filosofía y la sociología. Otros autores, como Dickinson (2000), consideran que el análisis del videoclip podría ir más allá del audio y de la imagen, entrando en sensaciones y contenidos semánticos. Finalmente, algunos investigadores comprenden el vídeo musical como un arte y realizan su análisis como tal.

Aún hoy, los principales libros sobre el videoclip son los de Kaplan y Goodwin. Muchos estudios posteriores se han basado en ellos, sin llegar a desarrollar nuevas líneas de investigación o discutir las anteriores. Durante los noventa, los estudios entorno al videoclip se dispersaron. Entre los últimos trabajos encontramos el libro de Saul Austerlitz, *Money for nothing* (2007), con una perspectiva histórica; Carol Vernallis, principalmente con *Experiencing music video* (2004) o algunos artículos científicos de Beebe y Middleton en *Medium cool* (2007).

En el caso de España, ya en los ochenta existían algunos estudios sobre el videoclip. Destaca *Los vídeo-clips: Precedentes, orígenes y características* (1988) de Raúl Durá, y artículos como el de Peter Weibel "Vídeos musicales: del *vaudeville* al *videoville*" (1987). Al terminar el siglo XX aparecen las primeras

tesis españolas sobre el videoclip, con autores como Ana María Sedeño Valdellós (2003) o David Selva Ruiz (2009), quienes además han colaborado en la recopilación e investigación sobre el género aportando artículos en diferentes revistas científicas. Como libro, cabe destacar que en 2009 Eduardo Viñuela Suárez publicó *El videoclip en España (1980-1995): Gesto audiovisual, discurso y mercado,* un estudio profundo del vídeo musical español realizado desde la musicología, recogiendo también aspectos relacionados con la comunicación audiovisual y los estudios culturales.

Ya en esta década, encontramos nuevas tesis como la de Pau Pascual Galbi (2011): *Lo monstruoso en los vídeos musicales de Floria Sigismondi y Chris Cunningham en los años noventa (1993-1999)*; o Ana María Caro Oca (2014): *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011).*

Pero ninguna de las investigaciones anteriores se ha centrado en el análisis del videoclip de música rap en Andalucía. Sí existen otras investigaciones sobre el estudio de la cultura Hip hop a nivel internacional o estudios sobre alguno de sus elementos en concreto. En España a día de hoy sólo existe una tesis sobre Hip hop escrita por Francisco Reyes, quien posteriormente escribió junto al artista Chojín *Rap: 25 años de rimas* (2010). Este libro contiene un exhaustivo recorrido por la historia del Hip hop en España.

1.3.Justificación

El videoclip, más que nunca, es un formato audiovisual de moda, la conexión perfecta entre el cantante y su público. La industria musical considera al vídeo tan necesario que en muchos casos se lanza casi al mismo tiempo que el *single*. La situación de España es similar a la de Europa, el videoclip forma parte de una gran promoción inter-mediática del artista o grupo musical, llegando en algunos casos a publicarse el videoclip con el tema antes que el propio LP (*Long Playing*).

En Andalucía también se hace promoción, pero aquí no hay grandes casas discográficas y la producción musical se realiza en muchos casos en otras ciudades de España, incluso en el extranjero. La inestabilidad lleva a muchos artistas a crear su propia productora musical. En cuanto a las productoras audiovisuales, no se dedican exclusivamente a la realización de videoclips. Las productoras andaluzas tienen la

necesidad de trabajar en diferentes ámbitos del audiovisual para subsistir, aunque existen algunas con mayor experiencia que otras en la grabación de videoclips.

En cuanto al Hip hop, el rap andaluz como tal no se ha estudiado pero es un género muy popular. Incluso algunos artistas han dado un salto y son ya reconocidos a nivel internacional. Las nuevas tecnologías colaboran en la difusión de estos vídeos, que llegan de forma sencilla al público. Por ello es necesario darle a sus vídeos musicales la importancia que merecen.

De nuevo se observa una hibridación al unir tradición y modernidad en el formato videoclip. Existen multitud de revistas y páginas *webs* sobre la actualidad del Hip hop, pero en ningún caso libros o estudios que le den un enfoque crítico y formal al tema. Con todo, en esta investigación se tratará un tema original, muy concreto, sobre el que no se ha investigado aún de forma científica.

1.4.Objetivos

Los objetivos principales de esta investigación son:

1. Analizar cómo se refleja la cultura andaluza en el videoclip de Hip hop andaluz.

2. Analizar la fusión de cultura Hip hop y cultura andaluza en el formato videoclip.

3. Observar cómo el formato videoclip sirve de muestra de la realidad andaluza en un momento determinado de la historia.

4. Identificar cómo el Hip hop andaluz se vincula Andalucía.

Recopilar información sobre el Hip hop andaluz y sus principales artistas.



1.5.Hipótesis

Esta tesis doctoral defiende las siguientes hipótesis:

Hipótesis principal:

- El videoclip de Hip hop andaluz sirve como medio de promoción de la cultura andaluza. A través de las letras, la música y la imagen, estos vídeos musicales acercan al público no sólo la cultura del propio Hip hop, sino también la cultura andaluza.

Hipótesis secundarias:

- Como obra de arte, el videoclip recoge el testimonio de una situación social existente en la realidad que los artistas plasman y difunden en sus obras.

- El videoclip de Hip hop andaluz es ejemplo de hibridación entre la tradición, lo autóctono, y la modernidad o globalización.

- En el videoclip de artistas andaluces se aprecia un sentimiento de pertenencia por parte de esos artistas a Andalucía, se da una identificación con la tierra.

2.ORGANIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Diseño de la investigación

Tras este bloque primero que presenta el diseño de la investigación, en el bloque dos se desarrollarán el objeto de estudio y su contexto, concretados en los tres grandes apartados que dan nombre a la tesis:

- La cultura andaluza: Definir la cultura andaluza no es tarea fácil. Antes será necesario aclarar una serie de conceptos que ayuden a comprender cómo se forma una cultura diferenciada dentro de la sociedad. Posteriormente, se hará una revisión sobre la historia de Andalucía. Sólo de este modo se puede llegar a concretar las características que han ido conformando la identidad andaluza a lo largo del tiempo.

- El Hip hop: Esta tesis analizará el videoclip de música rap, que se enmarca dentro de la cultura Hip hop. Es una cultura con sus propias características a tener en cuenta. Desde el nacimiento del Hip hop hasta su llegada a España, el género ha ido evolucionando y enriqueciéndose. Es necesario hacer un repaso de la bibliografía existente al respecto. Finalmente, se concretará el Hip hop de Andalucía con la investigación sobre la biografía, discografía y premios de los artistas más relevantes.

- El videoclip: Para sentar las bases de esta investigación, hay que hacer una revisión de la bibliografía existente sobre el vídeo musical. Con la lectura de los textos de diferentes autores, se pretende concretar una idea aproximada sobre el concepto de videoclip, definiendo sus características como formato y como género. Es importante valorar el papel de los medios de comunicación, y cómo la distribución del vídeo por los distintos soportes ha colaborado en la definición del mismo. Para terminar, será necesario crear una ficha de análisis del videoclip basada en estudios previos sobre análisis audiovisual.

Ya en el bloque tres se procederá al análisis del objeto de estudio. Se hará el visionado de los distintos videoclips escogidos como parte de la muestra. Esta tarea se completará gracias a la ficha de análisis creada a raíz de la revisión de investigaciones y estudios anteriores. Se pondrá especial atención en la imagen que se ofrece de Andalucía, en qué elementos y símbolos de la cultura andaluza aparecen en estos vídeos. Con los resultados alcanzados se pretende averiguar de qué manera el videoclip de Hip hop andaluz transmite la cultura andaluza y cuál es la situación actual del género en Andalucía.





2.2.Metodología

El examen de una cultura debe tener en cuenta su parte simbólica y su faceta material. La interpretación del videoclip y la música popular requiere de un análisis exhaustivo de la independencia, diferencias y similitudes entre sus elementos, incluidos ritmo, tiempo, letra, color, textura y timbre. Para averiguar cómo el formato videoclip muestra la cultura andaluza es necesario recurrir a una metodología mixta. Desde el punto de vista cuantitativo, se hará un análisis de contenido para indagar sobre qué elementos culturales están presentes y cuáles no en cada uno de los vídeos. El análisis del discurso dará lugar al estudio cualitativo, comprendiendo de este modo la función de los distintos elementos dentro del videoclip.

Dada la naturaleza dispersa de los significados de la música popular en la era de los medios y la rápida expansión de los medios a nivel internacional, es relevante el papel del videoclip como transmisor de cultura. Este estudio se centra en el videoclip de Hip hop andaluz. Partiendo de la combinación de los dos métodos, se realizará una investigación sistemática y objetiva pero a su vez profunda para alcanzar una mejor comprensión de la cultura.

Para materializar esta metodología, el análisis se organizará en una guía o ficha de análisis. Esta ficha se aplicará a cada texto o unidad de análisis (videoclip) que forme parte de la muestra. Con esta ficha se identifica el vídeo y se descompone en diferentes categorías y variables, para conseguir una correcta valoración del mismo. Para poder definir las categorías a tener en cuenta en los análisis, hay que hacer un trabajo previo y profundo sobre el objeto de estudio, recogido en el primer bloque de la investigación. La ficha contemplará además de los elementos internos de los videoclips, elementos externos referidos en el contenido audiovisual.

El objeto de estudio es una serie de videoclips creados desde los noventa hasta agosto de 2015 por artistas andaluces de música rap dentro del Hip hop, que reflejan de algún modo la cultura andaluza. Con la muestra ya delimitada, se pasará a realizar un análisis audiovisual de los videoclips escogidos. Se pondrá especial interés en aquellos recursos, elementos o símbolos que se presentan en la imagen para mostrar la cultura andaluza.

Con todo, se ha organizado la ficha para el análisis audiovisual con el fin de poder analizar los vídeos de

forma objetiva, pero sin olvidar las aportaciones culturales que fluyen en él. Esta propuesta metodológica no pretende ser definitiva. Cualquier metodología debe ser flexible y contar con la posibilidad de integrar novedades tras estudios posteriores.

2.3.Universo y muestra

Del universo total de textos que se conciben como videoclips, se va a definir la muestra para la investigación siguiendo una serie de criterios. El campo de estudio de esta investigación no es fácil de delimitar, debido a su amplitud y a la falta de información oficial al respecto. El universo completo estaría formado por todos los videoclips de música rap creados por artistas andaluces. Por ello, antes de nada hay que concretar quiénes son los artistas andaluces que se dedican al Hip hop. Aparece aquí la primera dificultad.

En Andalucía existen multitud de grupos de rap. Hay gran número de pequeños grupos que publican sus maquetas y hacen actuaciones sencillas en su propia ciudad, forman el llamado rap *underground*. Estos grupos no se encuentran recogidos en ningún tipo de listado, sólo son reconocidos en sus propias localidades por quienes se mueven dentro del mundo del Hip hop. Algunos de ellos aprovechan las ventajas de las nuevas tecnologías para publicar sus trabajos, pero es tarea imposible acceder a estas producciones sin conocer antes al menos el nombre del grupo. Sería necesaria una inmersión completa en el rap de cada una de las ciudades andaluzas para llegar a conocer y concretar los trabajos de estos grupos, lo que llevaría a otra profunda investigación diferente. Por otra parte hay grupos más comerciales que están respaldados por una discográfica y son conocidos y reconocidos a nivel estatal. Sobre estos grupos se puede obtener información mediante revistas de Hip hop o a través de webs especializadas.

La intención es realizar un trabajo exploratorio siguiendo unos criterios de cantidad (saturación) y calidad (riqueza) que debe reunir la muestra. Guiada por el concepto de prestigio, la investigación se centra en los grupos más conocidos y premiados, pues son los que más relevancia y repercusión pueden tener dentro y fuera de Andalucía. Con todo, para definir la muestra de la forma más objetiva posible, se recurre a una exploración profunda del Hip hop andaluz. El fin es concretar una serie de videoclips encuadrados dentro del Hip hop andaluz que efectivamente presenten de alguna manera la cultura



andaluza ante el público.

Primero se confeccionará una lista de los artistas andaluces más relevantes del género rap en Andalucía. Para ello, se hará un recuento y comparación de los artistas más nombrados en la bibliografía existente y en diferentes páginas webs especializadas. Uno por uno se investigará de forma sistemática a cada artista o grupo. Para formar parte de la lista se tendrán en cuenta las producciones realizadas, las ventas de discos, los premios obtenidos y las visitas y descargas de sus temas musicales y videoclips.

Definida la lista, en segundo lugar formará parte de la investigación el repaso a la biografía de cada grupo o artista, observando su discografía y sus correspondientes videoclips. Se delimitará en este punto de la investigación el universo. A continuación, se pasará al visionado de todos los vídeos musicales existentes de cada artista. Tras ese visionado, se escogerá dentro del universo la muestra correspondiente a videoclips que reflejen de alguna manera la cultura andaluza, ya sea mediante su música, su letra y, especialmente, su imagen. Esta selección sigue un criterio intencional propio de los análisis de contenido cualitativo. Es un muestreo llamado "de conveniencia" (Riffe, Lacy y Fico, 1998, p. 99). Con esta técnica, se analizarán finalmente los vídeos más adecuados para el avance de la investigación. El número de vídeos a analizar será variable, dependerá de los resultados que se obtengan a lo largo del estudio. Se fijará cuando el investigador considere que la muestra es lo suficientemente significativa para obtener conclusiones.

A la hora de seleccionar los vídeos musicales, el investigador tendrá una serie de consideraciones:

•La muestra escogida debe ser variada, presentando videoclips de distintos grupos andaluces seleccionados y diferentes años. Este estudio reunirá desde los primeros videoclips de los grupos andaluces, producidos en los noventa, hasta vídeos publicados en agosto del 2015. Se procurará la representación de la diversidad dentro del videoclip de Hip hop andaluz. Para que la investigación sea válida y cumpla sus objetivos, debe reunir las diferencias y similitudes entre este conjunto de vídeos musicales.

•Los videoclips elegidos han de ser destacables, es decir, deben ser vídeos que han resaltado por los premios obtenidos en los temas, por su repercusión mediática, por su difusión o por formar parte de la cultura popular. Se valorará también el número de visitas obtenido a través de la web YouTube, ya que es la principal forma de acceso a estos vídeos musicales. Partiendo de la hipótesis de que el videoclip

sirve como medio de promoción de Andalucía, es esencial centrar la investigación en vídeos musicales de cierta relevancia.

•Los vídeos que forman la muestra deben contener elementos culturales propios de la cultura andaluza en cualquiera de sus bandas: imagen, música o letra. Especialmente se sumarán a la muestra aquellos vídeos que presenten elementos en varias bandas de forma simultánea. Para reconocer cuáles son esos elementos, el investigador previamente dedica todo un bloque al estudio de la cultura andaluza.

2.4.Limitaciones

Algunas de las limitaciones a las que se enfrentará esta investigación ya han sido expuestas. En este apartado se hace un breve resumen de las mismas.

El número de artistas del Hip hop en Andalucía no está limitado. Cada día surgen nuevos grupos, nuevos temas y nuevos vídeos. En el caso del Hip hop, se mueven muchos artistas de forma ajena a la gran industria musical. Por una parte esto los dota de libertad de creación, pero por otro lado entorpece el acceso al público. Suelen moverse en pequeños núcleos, conectando con un público minoritario.

El videoclip no es un producto comercial. Hasta hace poco, era difícil acceder al contenido audiovisual de los grupos de Hip hop, pues los pocos vídeos creados se emitían en televisión sin llegar a comercializarse luego. No existe una base de datos, una recopilación vídeográfica de cada artista. El videoclip es una herramienta de promoción en un momento concreto. Internet y las páginas *streaming* están solucionando este gran obstáculo. Los problemas de legalidad han llevado a las grandes compañías discográficas a crear canales propios en YouTube. A través de plataformas como ésta o Vevo, se amplía la oferta permanente y oficial de vídeos por internet. Así, la red nos da acceso al contenido audiovisual de artistas, siempre que estén respaldados por la industria. Sin embargo, no se puede considerar la red como principal vía de contacto con los grupos pequeños, a menos que haya un conocimiento previo. Para acceder al contenido audiovisual de los artistas hay que buscarlo conscientemente.

Por otra parte, la proliferación de las nuevas tecnologías ha facilitado también la grabación de canciones

o maquetas, así como la edición de vídeos y su subida a internet. Hay un material denso en la red. Realizar una búsqueda aleatoria del contenido audiovisual de esos grupos en la red puede llevar a confundir el underground con trabajos de aficionados al Hip hop.

Esta investigación se ve limitada a centrarse en artistas que cuenten con una repercusión social considerable, de modo que participen en la industria musical y existа un acceso a sus producciones. También hay que atender al criterio de calidad de la muestra. Realmente los grupos menos conocidos no alcanzan altos niveles de difusión, tampoco de repercusión. Son los grupos más conocidos los que difunden un material audiovisual profesional, llegan a más público y son los más influyentes.

Otro límite para la investigación es la juventud del género en España y sus difíciles comienzos. El Hip hop andaluz dio sus primeros pasos en la década de los noventa, con grupos como SFDK. Durante esos primeros años, pocos discos fueron publicados y la producción audiovisual fue escasa. El género ha tenido que luchar por abrirse hueco dentro de la industria musical del país. Con el nuevo siglo XXI la situación cambió, algunos artistas se consagraron y surgieron también otros nuevos, se publicaron más discos y más videoclips. El Hip hop en España, y concretamente en Andalucía, cuenta hoy con una serie de artistas reconocidos a nivel nacional e internacional que son seguidos por la red, por sus discos, pero sobre todo por sus directos.

El último límite con respecto a la metodología es el propio criterio intencional. Queda en manos del investigador hacer una correcta elección de la muestra para conseguir unos resultados concluyentes y ajustados a la realidad. La investigación se enfrenta a las desventajas del muestreo. Puede ser considerada una aproximación al tema del que se ocupa, el videoclip de Hip hop andaluz, y servir de punto de partida para nuevas investigaciones. Sería interesante acercarse al tema desde la antropología, por ejemplo, profundizando en la relación entre los símbolos y códigos de la cultura andaluza y los significados que transmiten en los videoclips, o cómo esos elementos se mantienen en el tiempo en distintos formatos.

A lo largo de la investigación se hará frente a estas limitaciones con el fin de conseguir un acercamiento a los objetivos planteados en ella.

BLOQUE II: EL OBJETO DE ESTUDIO Y SU CONTEXTO

3.LA CULTURA

3.1.Conceptos esenciales

3.1.1.Cómo se forma una cultura

El término “cultura” nace en pleno siglo XX ligado al concepto de sociedad. Hoy es conocido tal y como lo definió en 1871 Edward Burnett Tylor en su publicación “Cultura primitiva”. Para este autor es el complejo total que incluye conocimiento, creencia, ciencia, arte, moral, ley, costumbres y otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad (Bohannan, 1993, p.11). Desde el punto de vista académico, la Real Academia de la Lengua define la cultura como el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (www.rae.es). Por otro lado, para la lógica antropológica la cultura es la forma en que los seres humanos se relacionan con el medio ambiente, formando una memoria colectiva.

La cultura es un modo de interrogar a la totalidad de las relaciones sociales. En toda sociedad, los agentes sociales participan activamente en la producción, organización y construcción de definiciones sígnicas-conceptuales de las realidades sociales. Así, toda acción conlleva una significación social. La cultura es una dimensión omnipresente de las relaciones sociales. Con esto, se afirma:

- La cultura es una propiedad que posee toda sociedad.
- Se da la construcción, codificación, interpretación y redefinición social del sentido.
- La especificidad "sígnica" o "semiótica" de la cultura es una relación integral de todas las prácticas y relaciones de la sociedad en su conjunto.
- La cultura, entendida como un universo de signos, tiene significantes y significados.



La cultura, por tanto, se forma y se define en un espacio y tiempo concretos. Entra en relación con otras culturas similares o cercanas y a su vez da lugar a subculturas. Cada una de ellas va adquiriendo adeptos, e incluso al reunirse una gran cantidad de ellos las subculturas pueden alcanzar el nivel de una nueva cultura. Es posible por tanto afirmar que una cultura nace cuando se definen aquellos aspectos que tiene en común y aquellos que la diferencian de otras culturas, y al concretar cómo se ha legitimado. Se trata de un proceso de múltiples luchas simbólicas, que da lugar a la relación social llamada hegemonía.

3.1.2.La importancia del símbolo

Claude Lévi-Strauss observó que "Toda cultura puede ser considerada como un conjunto de sistemas simbólicos, en cuyos primeros lugares se sitúan el lenguaje, las reglas matrimoniales, las relaciones económicas, el arte, la ciencia, la religión. Todos estos sistemas no hacen sino expresar algunos aspectos de la realidad física y de la realidad social; y, por encima de todo, las relaciones que estos dos tipos de realidad mantienen entre sí y también las que mantienen entre sí los mismos sistemas simbólicos." (Lévi-Strauss, 1950, p.29). A continuación del sociólogo Talcott Parsons, Clifford Geertz observó que toda cultura es un sistema de símbolos, con los que el hombre da significación a su propia existencia. (Geertz, 1987, p. 215).

El proceso cultural se articula mediante símbolos basados en experiencias, por lo que el símbolo debe ser considerado un elemento indispensable construido histórica y culturalmente en una sociedad. El estudio de la cultura y sus símbolos se ha realizado tradicionalmente desde la antropología, aunque a ella se suman en la actualidad otras ciencias que analizan la forma de vivir del ser humano, como la iconología o la psicología. A la hora de investigar sobre cultura, resulta imprescindible apreciar la importancia del símbolo y su estudio.

Signo y símbolo ponen de manifiesto la capacidad de relación propia de la expresión humana. Como Saussure indicaba, el signo es un elemento compuesto por un significante y un significado vinculado, establecido por consenso. Un significante considerado símbolo es aquel que, lejos de tener un significado fijo, modula constantemente su codificación. El signo se caracteriza por el convencionalismo unívoco, relaciona un significante con un significado, mientras que el símbolo es equivalente a la equivoquidad o

plurivoquidad. Aunque ambos conceptos representan lo ausente, las reglas que rigen el uso de símbolos son más complejas e indeterminadas.

El símbolo no se dedica sólo a significar, sino que confiere vida a los significados en lo cotidiano. Cualquier persona puede interpretar un signo y, como símbolo, modificar su sentido. En ocasiones, el signo puede adquirir un matiz transgresor inherente al símbolo, pero lo más habitual es que el símbolo pierda el carácter equívoco y significativo del signo. El símbolo requiere de una labor de interpretación ilimitada.

El símbolo juega con lo onírico y lo cósmico, es un conjunto de relaciones que el hombre comprende gracias a su competencia lingüística y a su competencia simbólica estructural. El orden simbólico es expresivo y lingüístico, y el lingüístico, a su vez, es irremediablemente simbólico (Duch y Chillón, 2011, p.168). Así, Cassirer considera al ser humano un animal simbólico, su capacidad simbólica le permite expresarse como ser humano y forma parte necesaria de su existencia en el mundo. (Duch, 2002, p. 394-411).

Algunos autores consideran además que la capacidad para producir símbolos demuestra la propia existencia de lo simbólico, un orden transhistórico y estructural que se manifiesta en la historia a través de una serie de figuras dadas por una tradición. Todas las variantes de la comunicación se basan de un modo u otro en el símbolo, de forma que necesita una dedicación especial su estudio desde una perspectiva antropológica. El símbolo es muestra de la unidad psíquica y la visión sinóptica del ser humano, y al mismo tiempo muestra la diversidad de sus culturas y sociedades.

La Ilustración trajo mentes lúcidas a occidente, como Platón y su estudio de la razón. En la época romántica aparecen los simbolistas franceses y otros autores como Leopardi o Nietzsche. El pensamiento ilustrado y post ilustrado pretendía reducir la experiencia a una verdad, pero el hombre convive con el símbolo y la imaginación, por lo que es capaz de trasgredir a las convenciones impuestas por el poder establecido. Con todo, se puede considerar al símbolo como la expresión y creación de la facultad imaginativa del humano. Según Gershom Scholem, la paradoja del símbolo está en "comunicar lo no comunicable", lo inexpresable o aquello sin sentido comunicable. (Scholen, 2006, p. 14).

Sin embargo, se observa que las producciones indirectas de sentido, como alusiones, sugestiones o

implícitos, aparecen en todas las expresiones, incluso en las unívocas. De este modo se comprende que la ambigüedad es algo propio de la condición humana. A raíz de esta situación, existe un extenso trabajo de interpretación, de contextualización efectiva y afectiva para alcanzar un pensamiento lógico.

La vida consiste en una labor simbolizadora constante, un juego entre implícitos y explícitos. Por esto Freud amplió su investigación hasta los símbolos oníricos. Pese a su trabajo sobre la imaginación y lo onírico, Freud pretendió anclar el símbolo a la univoquidad, creando todo un código o diccionario del simbolismo onírico. Jung se opuso a este pensamiento, ya que consideraba que suponía el retroceso del símbolo a los esquemas aristotélicos, dejando de lado su naturaleza polisémica y ambigua. (Duch, 2002, p. 309-316). Profundizando en el inconsciente, junto a ciertas corrientes del Romanticismo, estudió el símbolo y el psiquismo.

Es importante distinguir entre el símbolo y lo simbólico. Debido a la propia naturaleza psíquica del hombre, lo simbólico es aquello que todos los humanos comparten sin diferencias por raza, sexo o cultura. Por su parte, el concepto de símbolo incluye la articulación histórica y concreta de la unidad psíquica unida a las circunstancias y relaciones que el individuo vive.

Ricoeur considera el pensamiento simbólico como un lenguaje ligado al sujeto y a su mundo cognitivo y afectivo. El símbolo trabaja más con los afectos que con los efectos, por lo que sería viable afirmar que el orden simbólico es histórico, contextual, cultural y concreto. El símbolo siempre precisa de una interpretación posterior por parte de un sujeto que se encuentra en una situación determinada.

3.1.3.Qué es la hegemonía

Cuando un grupo social consolidado comparte una simbología, se llega a un estado de "hegemonía" (Fossaert, 1977, p.85), con el que se reconoce la unidad cultural de dicho grupo. Para autores como James Lull y Stuart Hall, la hegemonía es un marco de definiciones de la realidad de una clase dominante. Así, se pueden establecer relaciones simbólicas entre diferentes colectivos sociales.

Según la R.A.E., la hegemonía es la supremacía que un Estado ejerce ante otro. Es un concepto que se

suele emplear en sentido político, aunque también sirve para definir cualquier tipo de supremacía, de hecho se ha llegado a utilizar de forma muy genérica, olvidando su sentido original. Se puede distinguir entre hegemonía política, económica, militar o cultural. La hegemonía cultural hace referencia a la supremacía de una cultura sobre otra u otras culturas diferentes. Este concepto fue desarrollado por el filósofo y político marxista Antonio Gramsci. Entre los *Cuadernos de la cárcel*, se encuentra el parágrafo "Análisis de situaciones y relaciones de fuerzas." Gramsci trata sobre el momento en que se crea la hegemonía:

"…donde se logra la conciencia de que los propios intereses corporativos, en su desarrollo actual y futuro, superan los límites de la corporación, de un grupo puramente económico y pueden y deben convertirse en los intereses de otros grupos subordinados. Esta es la fase más estrictamente política, que señala el neto pasaje de la estructura a la esfera de las superestructuras complejas, […] determinando además los fines económicos y políticos, la unidad intelectual y moral, planteando todas las cuestiones en torno a las cuales hierve la lucha, no sobre un plano corporativo sino sobre un plano "universal" y creando así la hegemonía de un grupo social fundamental sobre una serie de grupos subordinados." (Gramsci, 1978, p.71-72)

Cualquier sociedad se puede estudiar como conjunto estructurado de relaciones objetivas desde la perspectiva de su dimensión simbólica. Fossaert señala también las tres dimensiones de las ideas de Marx: Según se examine la sociedad, se puede observar un sistema de explotación, un sistema de dominación o un sistema de hegemonía. En la actualidad, el último sistema será de gran utilidad a la hora de analizar a la sociedad desde la creación de sus ideologías como representaciones del mundo. No se puede entender la relación social como niveles aislados, forma parte de un todo. A diferencia de la explotación y dominación, la hegemonía es construida y destruida principalmente a través de la comunicación simbólica.

Los hombres en sociedad construyen sentidos, y al representar a una sociedad surge la estructuración de ésta. De este modo se alcanza la problemática de la construcción social de hegemonía. El concepto de hegemonía es esencial para analizar las relaciones sociales desde una perspectiva cultural, desde las representaciones del mundo y de la vida. Así, finalmente se puede definir hegemonía como:





- Relación social, históricamente construida, cambiante.

- Supone la existencia de una ideología dominante.

- Desde la cultura, la hegemonía es la categoría que nos permite entender las relaciones entre las diferentes clases, resultado de las tensiones.

- La hegemonía no puede ser individual.

Los hechos culturales se dividen así en dos amplios planos dentro de las sociedades: cultura hegemónica y pluralidad de culturas subalternas. Entre estos planos existe una energética circulación cultural que da lugar a formas intermedias. Así conviven el ámbito de la cultura hegemónica y el de las culturas subalternas, con lo que se afirma que hay una dinámica de circulación de doble sentido. Finalmente, la hegemonía es un concepto que ayuda a analizar los procesos de construcción del sentido en la sociedad. Toda cultura se basa en una hegemonía y da pie, a su vez, al reconocimiento de los colectivos sociales bajo una identidad.

3.1.4.Cómo definir la identidad

La cultura es un universo de significaciones que, además de distinguirnos, nos identifica frente a un conjunto de significantes comunes. También tiene una dimensión factual, pues la cultura existe y se puede observar en las prácticas, en los gustos y en los objetos que forman parte de la vida en una sociedad. Podemos afirmar que la ideología posee una existencia material.

“Identidad” es un concepto que sirve para analizar los modos en que se construyen los universos simbólicos. Según Manuel Castells, la identidad es "el proceso de construcción del sentido atendiendo a un atributo cultural, o un conjunto relacionado de atributos culturales, al que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido" (Castells, 1995, p.28). Toda identidad se construye en un contexto de relaciones de poder. Gilberto Giménez señala que la identidad no es una “esencia, atributo o propiedad intrínseca del sujeto, sino que tiene un carácter intersubjetivo y relacional” (Giménez, 2005, p.21-22). Según Erikson, “la identidad es un proyecto simbólico que el individuo va construyendo en íntima relación con los grupos sociales dentro de los cuales se desenvuelve. Los materiales simbólicos con los

cuales se construye ese proyecto son adquiridos en la interacción con otros." (Erikson, 1968, p.91). Del mismo modo, otros autores como Henry Tajfel y John C. Turner señalan que la pertenencia al grupo define también otros referentes identitarios relacionados con las semejanzas y diferencias nosotros-ellos.

Es imposible abandonar la idea de que la identidad tiene sentido para los sujetos porque se comparan con otros grupos y se valoran positivamente. A través del contacto con textos culturales diferentes y narrativas complejas, una persona se siente parte de algo en lo que está incluido, siente su identidad. Con todo, es difícil hablar de una identidad o de una sola conciencia de identidad. Cada cultura se desarrollará conformando su propia identidad. Además, la identidad o las identidades están vivas y van evolucionando, ya que los universos ideológicos son construidos históricamente, a lo largo del tiempo.

Por lo tanto, la identidad es el cúmulo de prácticas culturales y de representaciones sociales compartidas por un grupo social en cuestión, lo que favorece la construcción de referentes identitarios entre los sujetos. Existen así singularidades formales elementalmente humanas, formaciones simbólicas transclasistas, que no deben tomarse como algo natural o inherente. La movilidad es una característica inherente a la forma de vida humana, pues el hombre está en constante movimiento en el espacio y en el tiempo. La identidad, por tanto, no puede ser el resultado de una veneración acrítica de las raíces de una cultura, como suponen algunos pensadores. Autores como Bettini y Toulmin razonan sobre esta cuestión, y consideran que no podemos desvincularnos de nuestro pasado, de nuestra herencia conceptual. La relación entre tradición e identidad es indiscutible, orgánica. La cuestión antropológica entra en el momento de dilucidar cómo convive en esta relación la continuidad de lo simbólico y los constantes cambios en sus articulaciones.

3.1.5.Los medios de comunicación y el choque entre culturas

Como se ha podido observar, el ser humano es un ser que vive en sociedad y en movimiento. Entre los grupos de humanos surgen flujos con valores e identidades, éstos crean diferentes significados para los mismos significantes. Los sujetos y colectivos, como agentes comunicadores, establecen circuitos de inteligibilidad con distintos lenguajes. El choque cultural entre los distintos grupos es inevitable. Es más, se puede decir que las identidades se van construyendo como resultado de este conflicto de fuerzas socio-históricas.



El choque cultural surge siempre que existan dos culturas dentro de una misma sociedad. Llegado este caso, finalmente una de las dos culturas dominará sobre la otra, adquiriendo el papel de cultura dominante, hegemónica.

En Europa, desde la Edad Moderna ha aumentado el contacto y las relaciones establecidas entre las sociedades occidentales. Los campos culturales han dado lugar a toda una elaboración simbólica de eventos de la vida humana, creando significados que están simbólicamente centralizados en una sociedad e historia. Es el fenómeno conocido como la globalización, por el que las diferencias entre culturas cada vez son menores y tiende a dominar una única cultura global. El impulso del capitalismo ha dado lugar a esta cultura basada en el consumismo y regida por las democracias de los países desarrollados de occidente. Es la nueva sociedad global, también llamada sociedad del conocimiento o de la información. Algunos autores hablan de ella como la gran tragedia del tercer milenio de la Humanidad.

Los medios de comunicación conforman una estructura de acogida para regular vías y procesos de simbolización. El nacimiento de los medios de comunicación de masas contribuyó, tras la sociedad postindustrial, a acelerar este fenómeno, traduciendo lo simbólico hasta hacerlo comprensible para la mayoría de la población. La comunicación se somete al proceso de globalización, a señas de identidad y convenciones cada vez más homogéneas y alejadas de la tradición. Es fundamental y necesario evaluar el papel catalizador (de activación o bloqueo) que tienen los medios de comunicación en la consolidación de determinadas orientaciones identitarias.

Desde el estudio socioantropológico de los mass media se observa el consumo informativo como proceso de producción de sentido en la conformación de las identidades culturales, destacando la interacción del público. Ya Umberto Eco, en su famoso libro de los sesenta hablaba de *Apocalípticos e integrados*. Abordaba en él la polémica entre la posición en contra y la posición a favor de los mass media, y su consecuente nuevo modelo de valores y símbolos. Antes de la Segunda Guerra Mundial, autores de la Teoría Crítica, como Horkheimer o Adorno, ya advirtieron de las consecuencias negativas de la nueva cultura de masas. Pero estos autores distinguían tres niveles de cultura: cultura humanista-racional, cultura popular y cultura de masas.

A finales de la década de los ochenta, cambió la articulación y organización de la cultura. Surgió un cuarto nivel nuevo, diferente: la cultura global. Pero la falta de relación entre la cultura global y la

cultura popular-humanista provocó la desorganización simbólica entre las sociedades, y finalmente los tres niveles se resumieron en una única cultura.

El principal problema que trajo la globalización fue la homogeneización, provocando una fractura cada vez mayor de los procesos simbólicos de transmisión. Con esto apareció una consecuente desidentificación, la pérdida de los referentes e identidades colectivas propias de los diferentes grupos territoriales. Es lo que algunos autores nombran como "crisis de identidad". Le Rider presenta una introducción histórica a esta moderna crisis de identidad en su obra *Modernité viennoise et crises d'identité* (2000). Autores como Erickson (1992) o Berman (1991) ofrecen otras aproximaciones a la crisis de identidad moderna.

En la actualidad la comunicación y la cultura se estudian con una visión interdisciplinaria, no por separado. La cultura deja de ser comprendida como algo del pasado, para tomar una perspectiva comunicacional, como espacio de construcción de las formas de sociabilidad. Existen vías de investigación del universo mediático y de la cultura de masas que constatan la naturaleza heterogénea de la comunicación social, así como las contradicciones de la globalización, que fluyen entre comunicación y cultura. Según Martín Barbero, existen tres desplazamientos fundamentales en esta evolución (Martín Barbero, 1991, p.11):

1.Paso de una concepción transparente de los mensajes que circulan en los medios de masas a una reflexión más profunda sobre la opacidad de estos discursos.

2.Desplazamiento de lo popular y el folklore al espesor masivo urbano.

3.Paso de la comunicación como un problema de medios a la cultura como un espacio de producción de identidades, redefiniendo el conocimiento a partir de lo popular.

Los medios de comunicación de masas presentan ejemplos de los problemas ya tratados de globalización, identidad cultural, formas tradicionales de cultura nacional y popular, el dominio económico y la mercantilización de contenidos simbólicos. Como advierte MC Quail “las sociedades están sufriendo profundos cambios culturales, en los que los medios de comunicación de masas están profundamente implicados, mientras la autoridad de la teoría cultural y también el alcance y la influencia de las políticas culturales de los medios de comunicación colectiva disminuyen” (MC Quail, 1991, p.98).

Frente al movimiento de globalización, han surgido una serie de culturas alternativas que hacen frente a la hegemonía mundial e intentan resaltar el valor de sus identidades. Como indica Castells, "La oposición entre globalización e identidad está dando forma a nuestro mundo y a nuestras vidas" (Castells, 1995, p.23). Serán los sectores marginados los que adquieran un papel relevante, activo, para acabar con la crisis de identidad y crear subculturas y contraculturas diferentes a la cultura global impuesta. En esta tarea colaboran hoy la comunicación mediática y el ciberentorno, que cumplen funciones de enorme alcance antropológico que no se pueden apartar del estudio de la cultura.

Desde ese punto parte esta investigación: la crisis de identidad que enfrenta globalización y tradición en los medios de comunicación, y cómo se muestra concretamente en el videoclip. Así, se pretende hacer un acercamiento a la crisis de identidad, realizando un análisis audiovisual de la cultura andaluza que tiene cabida en un formato tan actual como es el videoclip de Hip hop andaluz.

La importancia de los símbolos radica en su facultad para crear nuevas construcciones de la realidad. La interpretación de los símbolos mostrados en las imágenes por tanto no cumple una función accesoria, sino que descubre y desencadena las posibilidades de los símbolos. La capacidad simbólica construye una gramática capaz de sobrepasar los límites establecidos y establecer múltiples significados. El análisis audiovisual es de gran utilidad para identificar y clasificar los símbolos de la cultura andaluza y del Hip hop, y éstos servirán además para mostrar la realidad, la situación concreta que se vive la sociedad andaluza.

3.1.6.Nueva perspectiva de estudio: la Folkcomunicación

“Folklore” es un término que nace en 1846 de la mano de John Williams Thoms, al unir *Folk* (pueblo) y *Lore* (saber), definiéndose como la ciencia que estudia el saber tradicional, colectivo y anónimo de los pueblos. Mientras en Europa el folklore se analiza desde la Musicología comparada y posteriormente desde la Etnomusicología, en Latinoamérica se investiga la comunicación desde la corriente folkcomunicacional. La folkcomunicación es la ciencia que define en primer lugar Luis Beltrao, en su tesis doctoral de 1971 *Comunicación y folklore: un estudio de los agentes y de los medios populares de información de hechos y expresión de ideas*. El objeto de estudio de la folkcomunicación se sitúa entre

el Folklore y la Comunicación de masas, mediante dos líneas de actuación:

- Agente retroalimentador: Ocupa un espacio en las emisiones masivas.
- Mediación simbólica: Filtra significados y actúa como transmisor.

Así, la folkcomunicación actúa como mediación entre el lenguaje popular y el masivo, y como retroalimentador de ambos lenguajes (Marques de Melo, 2009, p. 168). Podemos encontrar cuatro géneros folkcomunicacionales: oral, visual, icónico y cinético. Marques de Melo establece un sistema taxonómico folkcomunicacional, donde estudia y clasifica los vehículos folkcomunicacionales en tres niveles:

- Género: forma de expresión determinada por la combinación de canal y código.
- Formato: estrategias de difusión simbólica por la combinación de intenciones (emisor) y de motivaciones (receptor).
- Tipo: variaciones estratégicas determinadas por las opciones simbólicas del emisor o por los factores del receptor.

La folkcomunicación es hoy una corriente investigadora, una disciplina académica en Latinoamérica que bien podría servir a investigaciones paralelas sobre comunicación en Europa. Designa los procedimientos de intercambio de informaciones, ideas, opiniones y actitudes de públicos marginalizados urbanos y rurales, a través de agentes y medios de comunicación vinculados al folklore.

3.2.Cultura andaluza

3.2.1.Definiendo Andalucía



Para conocer la cultura andaluza hay que analizar primero su historia, aunque numerosos historiadores

han manipulado la realidad, llegando a crear leyendas y mitos sobre el pueblo andaluz. Primero es necesario definir Andalucía para luego profundizar en la formación de su cultura. Andalucía se puede definir en tres niveles:

- Territorio, como resultado de una historia.
- Entramado histórico-antropológico.
- Conciencia de pueblo.

Es difícil definir Andalucía. En primer lugar porque carece de una lengua propia. Sin embargo, se reconoce una cultura muy arraigada, resultado de un continuo mestizaje. Se puede definir Andalucía por su situación. El marco geográfico que delimita su territorio tiene gran relevancia en la creación de su cultura propia.

En el siglo VIII, los árabes ocupan la Península Ibérica. Ya entonces se reconocía a Andalucía como Al-Andalus. En la actualidad, ocupa aproximadamente un 17% del territorio español. Sus límites naturales son el estrecho de Gibraltar al sur y Sierra Morena al norte. Se encuentra, además, entre el océano Atlántico y el mar Mediterráneo. Con todo, es una región con gran variedad de paisajes y climas. Desde esta primera descripción ya se aprecia una Andalucía plural, que será plural en muchos otros aspectos.

Las señas de identidad de Andalucía vienen dadas a lo largo de la historia. Desde el Cuaternario ya había habitantes en territorio andaluz. Más tarde, tartessos, colonias fenicias, griegos, íberos y cartagineses dejaron su rastro. Cádiz se fundó en el año 1000 a.C. Desde el siglo III a.C. hasta el siglo V d.C., los romanos ocuparon el territorio, fundando Córdoba en el 152 a.C. Después de los visigodos, en el siglo VIII llegó una etapa de esplendor larga, de mano de los musulmanes. Mudéjares y moriscos se fueron escapando de Andalucía con la conquista cristiana, dejando sitio a los cristianos del norte de España. Con la batalla de las Navas de Tolosa, en 1212, los cristianos consiguieron adentrarse en el sur, y el rey Fernando III terminó con el dominio árabe y dividió el territorio andaluz.

Andalucía surgió como tal entre los siglos XIII y XV, y desde entonces sus habitantes poseen una comunicación oral diferente al castellano. Aunque no exista el andaluz como lengua, el habla andaluza

es el elemento principal de la cultura andaluza y está considerada universalmente como una de las señas de identidad más genuina de toda la población de la comunidad. El territorio andaluz consiguió la unidad tras la expulsión morisca. Como indica Domínguez Ortiz, "Andalucía es el producto de la conquista y castellanización; éste es el rasgo básico, aunque se haya enriquecido con supervivencias y aportaciones de diverso origen" (Domínguez Ortiz, 2002, p.141).

Con la reconquista cambió Andalucía, creando una nueva sociedad con un sistema de valores y unas mentalidades diferentes a las anteriores. Las evidencias culturales ya existían entonces. Una minoría andaluza se quedó en el territorio y transmitió sus hábitos. Los repobladores cristianos eran a su vez receptivos de las influencias e influyentes en la cultura.

En el siglo XIII, la ruptura del Guadalquivir afectaría a la Andalucía baja, y no llegaría a la alta Andalucía hasta tres siglos después. Incluso tras la expulsión definitiva de los moriscos, entres 1609 y 1614, quedaron algunos de ellos en el territorio andaluz. Pero para pasar desapercibidos no mostraron sus señas de identidad y asimilaron las señas andaluzas. Por todo, una afirmación racional es que en la segunda década del siglo XVII acabó la aculturación del pueblo.

El pueblo árabe dejó claramente su huella en Andalucía con numerosos monumentos y edificios. Sin embargo, se abandonaron las costumbres y la forma de vida islámica. En el siglo XIII influyó de manera importante la herencia andalusí, pero la base de la identidad andaluza la aportaron los conquistadores castellanos. Muchos autores consideran que es un grave error confundir el regionalismo andaluz con la cultura árabe. Incluso autores como Ignacio Olagüe o Roger Collins niegan en sus obras la invasión árabe de España, tratándola de historia-ficción.

Según Peinado Santaella "Las clases feudales, sólidamente instaladas en la región, tuvieron un concepto de Andalucía muy distinto al que va ganando terreno en el presente inmediato. Desde esta perspectiva, los intentos de entroncar con aquel contexto las aspiraciones actuales del andalucismo falsean por partida doble -el ayer y el hoy- nuestra historia” (Peinado, 1983, p. 216). Pronto la sociedad se transformó a semejanza del reino de Castilla. La Reconquista acabó con la llegada de los Reyes Católicos. A partir de ese momento, toman importancia diversos puertos de la costa andaluza. Comienza a verse el peso cultural de Andalucía, con monumentos como el Palacio de Carlos V, en Granada, o la Catedral de Córdoba. Surgen universidades y grandes artistas que, sin duda, dejarían huella en la cultura andaluza.



Ya en la época moderna, se dan dos hechos vinculados a la unidad de Andalucía, al andalucismo. Uno fue la Asamblea de La Rambla, en 1521, donde se expresa fidelidad a Carlos V frente a la Junta Comunera; y otro fue el nombramiento del Duque de Medinasidonia y del Marqués de Ayamonte. Pero en ninguno de estos casos se da el andalucismo como nacionalismo político, sino más bien como principio de una conciencia regional.

Con el siglo XVIII llegó la Ilustración y ya en el XIX la invasión francesa dio lugar a la Guerra de Independencia, con la que llegó la reafirmación de España y el liberalismo. En las Cortes de Cádiz se firmó la Constitución de 1812. A finales del siglo XIX, se empiezan a desarrollar los regionalismos históricos frente al centralismo del sistema liberal. A principios del siglo XX se comenzaba ya a hablar de la identidad española. Pero pronto llegó la Guerra Civil, seguida del franquismo. Los cuarenta años de la dictadura apagaron las manifestaciones nacionalistas o regionalistas.

Desde el punto de vista institucional, Andalucía no se formó hasta la Constitución de 1978. Se diseñó finalmente con el R.D. de 30.XI.1833, por el que Javier de Burgos divide España en 49 provincias. Con esta constitución se consagraría la división de la comunidad y el Estatuto de Autonomía. Y ya como entidad política, Andalucía reforzaría su identidad y poco a poco empezaría a vislumbrarse una conciencia regionalista o andalucismo.

3.2.2.Conciencia de pueblo: el nacionalismo andaluz

El nacionalismo andaluz es una construcción intelectual con escaso arraigo entre la población, pero hay que hacer un análisis más profundo de esta situación. Ya en 1978, José Aumente, fundador del Partido Socialista Andaluz, pedía al pueblo una lucha por la conciencia nacionalista. Había y sigue habiendo falta de sentimiento nacionalista en el pueblo andaluz.

El primer problema es que nunca existió el nacionalismo andaluz o andalucismo como sentimiento colectivo. Durante el siglo XIX, Andalucía no tuvo personalidad manifiesta. La conciencia de la especificidad andaluza llegó con los románticos que viajaron por Europa, quienes popularizaron la imagen de Andalucía con la que se sentían identificados. Pero muchas veces esa imagen estaba

distorsionada, idealizada, no parecía ajustarse a la realidad. Según dice González Alcantud: "Realmente el viajero romántico fue el que no tuvo el más mínimo inconveniente en mistificar la realidad con el fin de embellecerla y hacerla más atrayente para sus prójimos, entre los cuales procuraba el éxito literario con la narración de sus aventuras y la descripción de monumentos y países legendarios” (González Alcantud, 1992, p.8).

Pero esa imagen de Andalucía sirvió para que los andaluces reflexionaran sobre una identidad común, y además se iniciaron los tópicos que aún hoy identifican a la comunidad. Poco a poco, comenzó a formarse la autoconciencia andaluza. Existen cuatro grandes etapas reconocibles a lo largo de la historia en la formación de la identidad andaluza:

-Entre 1868 y 1883 se da un periodo de revolución. Un grupo de intelectuales folkloristas, formado por Mario Méndez Bejarano e Isidro de las Cagigas entre otros, estudiaron el campo desde un plano menos superficial. En 1870, Joaquín Guichot escribió la primera *Historia general de Andalucía*, donde resaltaba la importancia de la época musulmana.

-La segunda etapa va de 1883 a 1910. Comienza con la celebración de la Asamblea de Antequera, donde surge el “Proyecto de Constitución Federalista de Andalucía”, momento considerado como el origen del regionalismo andaluz. Otros historiadores consideran que ese sentimiento no surge hasta entrado el siglo XX. La minoría federalista no llegó a incidir en la burguesía ni el proletariado. La burguesía no quería un cambio en el orden u orientación central establecida, no se manisfestaría en su contra. El proletariado, por otro lado, luchaba por cambios en el trabajo, y no se preocupaba por las reivindicaciones regionalistas. Sólo una pequeña parte de la burguesía participaría junto a los federalistas en la búsqueda del andalucismo.

-De 1910 a 1936, se da el impulso que consolida al movimiento andalucista. Isidro Moreno indica que: "surge y se desarrolla un movimiento que es, a la vez, cultural y político de signo regionalista, que se convierte, no obstante, en determinada etapa, en claramente nacionalista. Este movimiento es el comúnmente denominado 'andalucismo histórico', cuya trayectoria es menos lineal y cuyo contenido es menos homogéneo de lo que suele afirmarse" (Moreno, 1983, p.8).



Es el momento de un andalucismo fuerte. Entre seguidores intelectuales, destaca la figura de Blas Infante,

aunque sus ideas han dado lugar a numerosas posturas. Su mayor aportación fue sacar el andalucismo de la inacción política y del desarraigo social, llegando al campesinado. Sin embargo, no se dio una solución realista a los problemas. Según algunos autores, las ideas de Blas Infante contenían dos equívocos: quiso adoptar las ideas agrarias del americano Henry George, desfasadas en el tiempo, y se obsesionó con el campesinado, dejando a un lado el sector secundario y las ciudades. Con todo, su trabajo no obtuvo muchos logros. Fue un representante importante del andalucismo, pero mucha bibliografía sobre Blas Infante carece de rigor científico, con lo que no es posible interpretar esta figura con exactitud.

En 1915 se publica el *Ideal andaluz*, que extendía la conciencia colectivo-regional. Tres años más tarde, en la Asamblea de Ronda se establecieron la bandera, el escudo y el himno de Andalucía, además de la reivindicación como autonomía regional. Aun así, sólo una minoría de andaluces prestó atención. Con la dictadura de Primo de Rivera, se acabó esta labor de concienciación.

Al llegar la República de 1931, se crean las Juntas Liberalistas, que suponen el renacer del andalucismo. Llegó a convocar en 1933, en Córdoba, la Asamblea Regional Andaluza. Allí se aprobó un Anteproyecto de Bases para el Estatuto de Andalucía. En 1936, la Guerra Civil y el asesinato de Blas Infante acabaron con este periodo del llamado “andalucismo histórico”.

-La última etapa empieza hacia 1975. Tras el franquismo, surgieron grupos políticos andalucistas. Fue un periodo en que se mitificó el andalucismo histórico de forma extrema, y se analizó la realidad de manera errónea. Se suma una serie de acontecimientos: el Primer Día de Andalucía, el 4 de Diciembre de 1977; los primeros éxitos electorales del P.S.A.; y el Referéndum del 28 de Febrero de 1980. Las elecciones generales de 1982 acabaron con el espejismo, los andaluces no tenían conciencia nacionalista.

Las opiniones sobre el pueblo andaluz como tal se multiplicaron. Pese a todo, Aumente continuaba insistiendo en un sentimiento andaluz, en la existencia de una dimensión social concreta con características y problemas propios.

Actualmente, el Estatuto de Autonomía de Andalucía afirma, en su artículo 19, punto 2, que los poderes de la Comunidad Autónoma velarán porque los contenidos de la enseñanza e investigación en Andalucía guarden una esencial conexión con las realidades, tradiciones, problemas y necesidades del pueblo andaluz. Es decir, que en la enseñanza tenga cabida también la cultura andaluza.

Una nacionalidad se define por su realidad histórica, la conciencia y la voluntad. Andalucía, como nacionalidad, ha ido degradándose, no hay nacionalismo político alguno. Los estudios sociológicos demuestran que los andaluces se sienten andaluces, pero en general no tienen conciencia como andaluces. El sentimiento proviene de los sentidos y de los afectos, de las vivencias compartidas. La conciencia implica la búsqueda de razones y la reflexión. Las diferentes propuestas andalucistas con sus ideas nacionalistas no han calado en los andaluces, quienes, no obstante, reconocen su peculiar identidad.

3.2.3.Identidad y características de la cultura andaluza

En el estatuto de Andalucía, la identidad andaluza se define como "el derecho a colaborar y compartir la vida social y cultural del pueblo andaluz" (1998). De aquí sacamos dos ideas básicas: No cabe separatismo alguno. La identidad andaluza es una acción común, y no rasgos de origen o de otro signo.

Como indica Antonio Mandly (1996), desde el punto de vista antropológico la cultura de un pueblo es su historia acumulada, que da lugar a una forma de ser, estar y entender el mundo. La cultura es lo que caracteriza y diferencia a los pueblos. Podemos así afirmar que existe cultura andaluza, ya que existe una personalidad como pueblo. Surge una responsabilidad compartida: responsabilidad de los poderes autonómicos para promover nuestra cultura y responsabilidad del pueblo andaluz para reclamar que eso se haga.

Una serie de prejuicios ha impedido durante muchos años definir a Andalucía, y explicar su imaginario social y sus valores sociales. Esto es debido a que el punto de partida de una identidad es un habla común; pero en Andalucía, no podemos hablar de una única lengua definida. Del mismo modo, tampoco hay una conciencia nacionalista. Ya desde 1999, según el Informe Social de Andalucía, los andaluces se refieren a Andalucía como región, mejor que como nación. Nada que ver con los nacionalismos vasco y catalán. Además, el regionalismo andaluz no es exclusivista como los nacionalismos, sino que es universalista. Esta visión universalista será una característica más de Andalucía.

Determinar en qué momento un grupo humano forma una cultura no es tarea fácil, y menos si no existe una lengua común definida. Por eso, para comprender la cultura andaluza y sus símbolos es necesario

antes conocer el origen de éstos. Según autores como Bernal, el problema está en que Andalucía, desde la conquista cristiana, fue siempre una. Pero sólo al dividir el estado en autonomías el pueblo andaluz adquirió realmente conciencia para pedir su autogobierno. El afán de encontrar el hecho histórico que distinga a Andalucía da que pensar a muchos autores. Luis Palacios distingue como señas de identidad algunos de los rasgos principales de la cultura andaluza: inclinación a la exageración, condición irradiante y sentido de la estética, gracia y elegancia en la vida oral. El sentido lúdico de la vida también es un factor importante al hablar de cultura andaluza.

Para poder definir la cultura andaluza, su identidad y sus símbolos, hay que tener en cuenta todos los factores que dan lugar a esa cultura. Es importante el peso histórico de al-Andalus. La mezcla de pueblos que han pasado por la comunidad andaluza ha forjado las raíces de su cultura y también de la música andaluza, que aún hoy se trabaja. Poco a poco, se ha creado la imagen de Andalucía como tierra de recuerdos orientales, tierra de toros y de sol, de fiestas y de bailes; llena de colores, flores, olores y sentidos. La ópera *Carmen*, de Bizet, en 1875, consolida allá a dónde va el estereotipo de la Andalucía de sol, de gitanos y bandoleros.

Blas Infante participó en la formación de la identidad andaluza, siendo el padre de las insignias: la bandera y su escudo, y la letra del himno de Andalucía. Hablaba de una sociedad cultural, un pueblo cultural, caracterizando a Andalucía como el conjunto de pueblos que formaron parte de ella.

Hoy, el andaluz se siente andalucista, pero no desde el punto de vista político. Para tener conciencia de identidad, primero hay que conocer la historia de Andalucía y después observar al pueblo andaluz como sujeto en esa historia. La identidad andaluza surge como un conjunto de rasgos que se unen con el paso del tiempo: es la cultura identitaria de andaluces. Por esto, las principales características de esta cultura son una base territorial y la conciencia de identidad, lo que es común entre andaluces y permite que se identifiquen como tal. Como manifestaciones de esa identidad, existe toda una serie de festividades, simbología, actitudes, etc.

El filósofo Julián Marías, en su libro *Nuestra Andalucía*, habla de las señas de identidad andaluzas. Define a Andalucía como una manera de instalación en el mundo, un conjunto de formas, usos, costumbres, decires, cantares e invenciones paralelas al desarrollo de la vida. En su análisis, destaca estas características de Andalucía (Marías, 1972, p.35-40):

- Riqueza milenaria, puesta al día.

- Impresión fascinadora, como en los patios cordobeses.

- Carácter diferenciado. Andalucía tiene una manera de ser y de vivir "a la andaluza".

- Identificación con lo español.

- Autocomplacencia con la propia Andalucía.

- Regionalismo, no nacionalismo.

- Andalucía lírica, con la personalización de las cosas.

- La exageración del andaluz.

- Andalucía como tierra placentera y sensual.

- Condición irradiante. Va instalando su forma de vida.

- Gracia andaluza, próxima a la elegancia.

Si algo se observa hasta ahora, es que la cultura andaluza no es sistemática ni se puede resumir en esquemas cerrados. La cultura andaluza trabaja con un alto grado de ritualización, acompañada de mucho simbolismo. Para evaluar esta cultura, a finales del siglo XX Del Pino Aracho y Bericat realizaron la Encuesta mundial de valores (1998). Así, en Andalucía destaca:

- Célula elemental de sociabilidad: Importancia de la familia (94,7 %), superior a la media española (89,7 %). Es una visión abierta y dinámica de la familia, superando el pasado.

- Valores más destacados en el proceso de socialización: los buenos modales, la tolerancia, la responsabilidad, el esfuerzo en el trabajo y la obediencia.



- Los grupos sociales de medio y alto estatus organizan la sociedad civil.

- Fuerte creencia religiosa: reflexión frecuente sobre el significado y objeto de la vida (73,4 %) frente a España (70 %); creencia en Dios (90,5 %) frente al 86,9 % de España.

- Conciencia de identidad o andalucismo: alrededor de un 60 % de los andaluces presentan valores de identificación local, un 35 % presentan identificación regional y nacional.

José Manuel Trigo (1989) indica que es preciso reconocer el folklore de un pueblo para poder llegar a su mejor comprensión e identificación. Con este aspecto es posible llegar a conocer la identidad andaluza. El folklore andaluz aparece reflejado en la literatura oral y en las costumbres: sentarse a tomar el fresco, el humor espontáneo, las relaciones sociales, o el venerar a los mayores son algunas de ellas.

En su obra *La ciudad informacional* (1995), Castells habla de las diversas manifestaciones de la identidad: de género, religiosa, nacional, étnica, territorial, socio-biológica. Junto a esta identidad, interactúa el proceso de globalización, caracterizado por las nuevas tecnologías y la actual crisis. Con la llegada de la globalización, se tiende a imponer una lógica social y unos valores comunes, globalizados. Frente a esto, vivimos en la era de las identidades. Como indica el propio autor, además de vivir en "la era de la información", vivimos en la era del "poder de la identidad". Hay una fuerte tendencia a identificarse con un determinado grupo social, clase urbana, comarcal o local, más por razones emocionales que racionales. De este modo, aunque parezca contradictorio, vivimos en una etapa de globalización, pero no de desterritorialización. Se da la reafirmación identitaria, desde la dimensión histórica, cultural y política. Esta es una de las grandes inquietudes que afecta a esta investigación.

En una investigación de José Cazorla, en 1991, la gente define como las tres características de identidad andaluza el clima, el habla y el folklore, seguidos de costumbre y tradiciones, y personalidad y carácter de la gente. La cultura andaluza no es más que un cúmulo de tradiciones adquiridas en el tiempo por los diferentes colectivos que habitaron Andalucía.

Haciendo un resumen de todo lo que hemos visto, podríamos ya definir una serie de elementos o símbolos propios de la cultura andaluza, que forman su identidad:

- El habla.
- Clima mediterráneo.
- Costumbres.
- Formas de relaciones sociales.
- Monumentos históricos.
- Baile, cante y guitarra, propios del flamenco.
- Religiosidad popular. Semana Santa y otras festividades religiosas.
- Fiestas que forman parte del Patrimonio Cultural "inmaterial": El carnaval, los toros, etc.

Andalucía tiene una historia muy rica y una personalidad incuestionable. Como dice Miguel Cruz Hernández "los andaluces nos sentimos tan seguros de nuestro ser, tan difícil de disimular como nuestro acento, que no precisamos de tipismo, ni de inventar una pseudohistoria para patentizarlo y convencernos". (Cruz Hernández, 1985, p.55-72).





4.HIP HOP

4.1.Cultura Hip hop

4.1.1.Definición y elementos de la cultura Hip hop

La cultura del Hip hop tiene una identidad propia y reafirmada mediante una serie de valores compartidos. Se describe el Hip hop como todo un movimiento artístico y cultural, ya que va más allá de una estética o moda. Literalmente, Hip hop proviene del inglés, y significa *hip* (saltar) y *hop* (cadera). Así, algunos estudiosos consideran que Hip hop hace referencia al movimiento que hacían los *disc jockeys* (DJs) al saltar de un giradiscos a otro en las primeras sesiones de esta música. Desde su origen, el Hip hop pone de manifiesto su capacidad como género para agrupar a individuos por zonas o barrios. Se trata de una práctica en grupo y, normalmente, en un lugar público urbano. El Hip hop nace y se hace en la calle.

El Hip hop se compone en principio de tres elementos: Música, baile y pintura.

•Música: La música del Hip hop es una música de síntesis, mezcla, fusión con otras músicas, como la música negra, el *soul,* el *funk* o el *R&B*. En principio, esta música se basa en el ritmo creado por un DJ o *beatboxer*.

El DJ se encarga de crear o arreglar música mediante la manipulación de discos de vinilo sobre un plato giradiscos (*DJing)*. El *scratch* es, literalmente, el movimiento del disco para producir un sonido deseado.

El *beatbox* se inspira en el arte que ya utilizaban los mayas para reproducir los sonidos de la naturaleza. Cuando los raperos no disponían de instrumentos o equipos de audio, resurgió esta técnica para emular sonidos con la boca. Quienes lo practican se denominan *human beatbox* o *beatboxers*.

Sobre la base musical realizada por un DJ o beatboxer, el Maestro de Ceremonias (MC) aporta sus rimas y se encarga de rapear (*MCing*). Esto proviene de una tradición africana que aún se conserva en Jamaica. El rap suele tener ritmo de cuatro por cuatro, y en él pueden intervenir uno o varios MCs.



•Baile: A raíz de la música Hip hop, aparece el *breakdance*. Se trata de un estilo de baile acrobático

realizado en el suelo. Nace para sustituir las peleas callejeras, y lo practican los llamados *breakers* o *B-boys, B-girls* o *fly girl*. Poco a poco, se ha fusionado con estilos como el *Electric Boogie*, el jazz, la mímica, etc.

•Pintura: Los pintores son los *writers* o grafiteros. El grafiti es el arte de pintar con aerosol sobre superficies urbanas como muros, trenes, puertas… mobiliario urbano en general. Empezó con el fenómeno *Tag,* la firma del apodo o el nombre en la pared. Evolucionaron en tamaño, color o forma, hasta extenderse como una práctica más del arte Hip hop. Cada grafitero o grupo de grafiteros o *crew* tiene su propio estilo. La estética del grafiti ha influido en el cómic, en el diseño de ropa, las portadas de discos, etc.

Cada una de estas formas tiene identidad propia, pero todas comparten algo en común: El nuevo arte como medio de expresión en los barrios más desfavorecidos. La cultura Hip hop marca la infancia y adolescencia de muchas personas que habitan en barrios marginales, rodeados de un ambiente de droga, delincuencia y violencia en muchos casos. Estas personas se refugian y encuentran una forma de expresión o desahogo mediante la cultura del Hip hop, en cualquiera de sus vertientes. Sus identidades se construyen en ese ejercicio de narrar y cantar sus propias vivencias y sus experiencias como habitantes de los barrios urbanos y populares, diferenciándose de otras expresiones.

4.1.2.El Hip hop como cultura popular

El Hip hop es una cultura popular, y son los jóvenes de las clases populares o marginales los principales transmisores de esta cultura. Desde esta concepción, se entiende la cultura popular no sólo como la alternativa a la cultura "culta" o hegemónica, de las élites, sino como cultura lejos de ser inculta y sin restricciones a la imaginación. La creación artística es parte de la cultura popular. El Hip hop sirve como expresión de esa cultura callejera local, así como un vehículo de comunicación a través de las fronteras culturales y sociales. Los jóvenes necesitan procesos de alternancia social, ya que construyen su identidad a través del grupo y de las relaciones que dentro de él se establecen.

Con el Hip hop, con sus letras y actitudes, los jóvenes son más críticos con la sociedad. Quieren hacerse valer, construir algo por sí mismos, y se vuelcan en una creación artística que les da lo que necesitan:

total libertad de expresión. Con esto otorgan al Hip hop un título mayor que una cultura, una forma de vida que alcanza el nivel de tribu urbana.

La cultura es un determinante en la identidad personal, del individuo. Existe una relación dialéctica entre el individuo como ser social y su cultura. Cabe destacar que las culturas juveniles son dinámicas, cambiantes, abiertas y dejan huella. Los jóvenes que pertenecen a la cultura Hip hop poseen una identidad que los define, con una forma de vestir, de comportarse y de opinar sobre la realidad social. También toman una posición política relacionada con los problemas propios de la sociedad. Son jóvenes que luchan diariamente contra la exclusión y la marginalidad. Se considera la autopercepción desde un punto de vista subjetivo, la percepción del individuo como parte de un grupo frente a otros grupos. En general, se consideran del "ghetto", el barrio marginal, allí donde se vive y se aprende en la calle. Quien pertenece a la cultura Hip hop tiene una forma de vida concreta y sigue unas normas no escritas con un fuerte sentimiento de pertenencia al grupo. Sally Banes, unas de las primeras periodistas que escribieron a cerca del Hip hop en Nueva York, vivió el fenómeno emergente de esta cultura. Resaltaba ya en los comienzos el carácter colectivo, comunal, que adquiere el Hip hop.

Sin embargo este fenómeno, lejos de dividir a los jóvenes pertenecientes a diferentes culturas, los une. Se conectan así situaciones similares en todo el mundo, creando una conciencia social. Como dice Chuck D, "el Hip hop ha venido a marcar una línea más generacional que racial, y por cierto ésta es una razón por la cual es tan amenazante para el sistema racista y clasista dominante; invita a una identificación por encima de las líneas prohibidas y demuestra una desafección generalizada de la maquinaria del capitalismo, en tanto el libre mercado es ampliamente celebrado en los medios de comunicación como el gran salvador económico" (Potter, 1995, p. 6-7).

La cultura Hip hop lleva a la exaltación de clase y nacional-étnica en todo el mundo. Desde su origen, el elemento constituyente más importante del Hip hop es la identidad étnica. Al igual que un nacionalismo, esta cultura sirve de base para la creación de toda una identidad con la que sus integrantes se sienten integrados. Hablamos del término "*hip-hop nation*", que proviene de la idea de una cultura propia de un lugar concreto, pero adquiere un significado más profundo. Tiene relación con la coherencia social, los valores e intereses de un colectivo con unidad simbólica. Así, *nation* no hace referencia a un lugar físico definido, si no a una especie de comunidad virtual.



Vivimos en una época a la que muchos expertos llaman postmodernismo. Como indica Potter a lo largo de su obra *Spectacular Vernaculars: Hip-Hop and the Politics of Postmodernism* (1995), hoy en día el postmodernismo se entiende como algo más que un tipo de cultura industrializada, cultura de masas. En este libro, se observa que el postmodernismo debe tener un fondo o estructura permanente, y, sin embargo, tiene una profunda dimensión ética y política como ningún modernismo anterior. Se puede hablar de postmodernismos, ya que son numerosas las vertientes que coexisten en la actualidad. Además, una de las ideas principales que circulan en torno al postmodernismo es que no se trata de una cultura fija, estancada. Aparecen juntas, así, una cultura atemporal profunda y una cultura en continuo cambio, una dicotomía que da que hablar en nuestros días: globalización vs localización.

Existe un gran debate sobre los efectos de la globalización en las culturas locales. Robertson ilustra la relación entre lo global y lo local (Robertson, 1992, p.173-174). Lejos de distinguir entre homogeneización y heterogeneización, considera el cruce y la implicación entre ambas tendencias a lo largo del mundo en el siglo XX. Acuña así el término de “Glocalización”. Podemos definir de este modo el Hip hop como un claro ejemplo de esta cultura “glocal”. La identidad del Hip hop anda entre lo local y lo global; es una relación complementaria, no antagónica, en parte gracias a los medios de comunicación. A través de los medios, el Hip hop llegó desde EEUU. Desde allí, relataban su realidad; aquí, se representa y se asimila. La identidad es un proceso dinámico, de continuo cambio y desarrollo. Está determinada en gran parte por lo que sucedió antes, y condiciona lo que sucederá después.

A principios de los noventa, el Hip hop dejó claro que es un arte capaz de unir a los grupos más diversos, independientemente de su raza, religión o cultura. Lejos de ser considerado una cultura de transición, el Hip hop se convierte en un estilo musical y auténtico que trata lo local, la identidad y la vida diaria de los jóvenes. Frente a la cultura dominante, es un fenómeno en el que se mezcla una cultura residual y la innovación del género. La división entre la alta cultura y la cultura popular se desvanece, constituyendo la cuestión central en el discurso de las formas de arte del postmodernismo. El Hip hop, lejos de ser parte del postmodernismo, es un sofisticado postmodernismo en sí mismo, en continua evolución.

Dentro de la cultura Hip hop, encontramos conceptos como “respeto”, “*flow*” o “estilo”. Una cultura enormemente competitiva en la que el componente de ego o narcisismo marca la pauta a seguir. Un breaker o B-boy sale al centro de un corro a demostrar sus habilidades, sus mejores movimientos; un DJ suele hacer virguerías con los platos, no se limita a pinchar un tema tras otro; un MC habla, salvo

excepciones, de lo bueno que es y de lo malo que son los demás; y un grafitero se dedica a poner su nombre en las paredes y los trenes. El narcisismo es una característica inherente al Hip hop, en la exaltación del llamado "*ego trip*".

La cultura Hip hop ha existido desde el nacimiento de las naciones, sólo cambia la época y la realidad que se representa. Y el Hip hop sigue creciendo, continúa su transformación creativa, alterando los usos de la tecnología y el espacio. Esto se debe a la posibilidad que ofrece hoy en día la comunicación y sus medios para relacionar culturas distantes y hacer posible el enriquecimiento entre ellas. Se centra en la ciudad post-industrial, el centro urbano de mayor influencia en la actualidad.

La cultura Hip hop, por ello, depende en gran parte del lugar y la identidad bajo la que se construya. Analiza el contexto público de juventud y la división territorial de la raza. Emergen así diferentes estilos y sonidos regionales de Hip hop, junto a posibles rivalidades locales. Comienza a hacerse un rap más cerrado y específico de cada comunidad. De este modo, es interesante analizar los efectos del discurso espacial del rap, cómo dentro de un espacio general se crea una representación más pequeña y exacta de la ciudad.

4.2.Historia del Hip hop

4.2.1.Breve repaso al nacimiento del Hip hop

El Hip hop surgió en América a finales de los 60 en barrios como el Bronx, Queens y Brooklyn, de mano de las comunidades afroamericana y latinoamericana. Es difícil situar el inicio exacto del rap. Ya en la cultura africana existían ejemplos de tradición oral similares. En principio, la música que se utilizaba era el funk y el soul, pero pronto empezaron los disc jockeys a aislar la percusión y extenderla, al estilo de la música *dub* de Jamaica. Ya en 1979, la revista musical Billboard publicó un artículo sobre las fiestas callejeras con DJs y la evolución del pionero DJ Kool Herc, renovador de la música y la puesta en escena del Hip hop. Es considerado el padre del Hip hop, entre otros, por desarrollar algunos de sus elementos principales. Pero fue Afrika Bambaataa, fundador de la Universal Zulu Nation, quien acuñó el término "Hip hop" en aquella época, uniendo música, danza y pintura en un único arte. Gracias a su red, muchos



chicos dejaron las peleas y la rivalidad callejeras para adentrarse en el universo del Hip hop. Los duelos musicales se daban en fiestas callejeras, también llamadas *block parties*, cada vez más frecuentes en Nueva York. Años más tarde, KRS One unificó y definió los cuatro pilares del Hip hop, ya comentados: MCing, DJing, Breakdancing y Grafiti.

El Hip hop parecía ser una moda con fecha de caducidad. A mediados de los 70, se dividió en dos tendencias: base de música disco y primacía del baile frente a rimas y ritmos cada vez más complejos. Nació así el rap, rompiendo con el funk y utilizando un lenguaje más soez y combativo. Podemos decir que el primer tema de rap apareció en 1979, *Rapper's Delight,* de Sugarhill Gang. Consolidó el género rap y lo acercó al público mayoritario, aunque a nivel underground existían múltiples temas.

En Nueva York, aparecieron grupos que ayudaron en la evolución del rap, como Funky 4 plus 1, Kool Moe Dee, Busty Bee, Afrika Bambaataa, Cold Rush Brothers, Kurtis Blow, DJ Kool Herc y Grandmaster Melle Mel. El rap comenzó a describir y analizar la sociedad, la economía y la política: la adicción a las drogas, la crueldad de la policía, en especial con personas de color, los embarazos prematuros y la pobreza. Destaca en este sentido *The Message*, de Grandmaster Flash y The Furious Five. Fue pionero en mostrar la realidad social y servir no sólo como expresión cultural, sino también como protesta. Desde la industria musical, seguían viendo el rap como una moda de jóvenes negros que cesaría.

Contra todo pronóstico, esa década llegó cargada de artistas en las diferentes vertientes del Hip hop. Run-DMC llevó el rap a todos los oyentes de América, produciendo el primer álbum de rap que llegó a ser disco de oro, con 500.000 copias vendidas, y triple platino, alcanzando los tres millones: Raising Hell (1987). Son los padres del rap moderno, como hoy es conocido: elementos musicales trabajados, comentarios de lo social y una fuerte identificación cultural.

Comienza la hibridación del rap, con guitarras propias del *hard-rock*, un DJ trabajando los scratches y *glitches,* y una letra crítica que usa el lenguaje de la calle. Independiente a la venta de discos, es en el concierto de rap donde se crea un espacio cultural diferente al impuesto por la sociedad en el que la libertad de expresión y la creatividad juegan contra la censura. Los temas aumentaron, mejoraron las tecnologías y se multiplicaron las posibilidades del Hip hop, que salió de Estados Unidos. El imperialismo americano hace que llegue el Hip hop a todo el mundo, importando junto al género elementos culturales estadounidenses.

En 1986, dos temas del género llegaron al Top 10 de la revista musical estadounidense *Billboard*: *Walk This Way*, de Run-D.M.C. con la colaboración de Aerosmith, y *Fight for Your Right,* de los Beastie Boys. Un año después, Public Enemy publicó su primer álbum Yo! Bum Rush the Show con Def Jam, una de las compañías discográficas más importantes de Hip hop. Sus innovaciones líricas dieron paso a numerosos artistas politizados. Pero fue en los 90 cuando los temas de Hip hop alcanzaron una presencia regular en las listas de éxitos, como es el caso de Topac o Eminem. A partir del 2000, destaca 50Cent, quien superó los 11 millones de ventas de discos con Get Rich or Die Tryin.

En mayo de 2001, resalta un hecho histórico. Afrika Bambaataa, Afeni Shakur, KRS One, Chuck D, Queen Latifah, Dr. Dre y otros 300 delegados del Hip hop presentarían a la ONU la "Declaración de Paz del Hip hop" (HIP HOP DECLARATION OF PEACE), definiendo a la cultura del Hip hop hacia el rechazo a la violencia y la búsqueda de la libertad.

El Hip hop ha evolucionado a lo largo del tiempo, de manera que actualmente existen subgéneros y fusiones derivados del Rap. Dentro de los subgéneros, destacan: Abstract, Acid, Alternative, Chopped and screwed, Christian, Conscious, Crunk, Gangsta, G-funk, Hard-core, Horrorcore, Hyphy, Instrumental, Jazz rap, Latin rap, Mobb, Nerdcore, Old school, Pop rap y Snap. Las fusiones más conocidas son Country rap, Electro hop, Freestyle,Hip house, Hip life, Ghettotech, Hip hop soul, Miami bass, Neo soul, New jack swing, Ragga, Rapcore, Urban Pasifika y Reggaeton.

4.2.2.Llega el Hip hop a España

El Hip hop llegó en los 80 al continente europeo, en forma de breakdance a Alemania, Japón y Sudáfrica. Primero se desarrolló el rap en Alemania y Francia. El electro y el dance hacían moverse a los jóvenes españoles a ritmo de música norte-americana. Pero a la vez, en América aparecían los primeros temas de habla hispana. Desde los inicios del Hip hop, jóvenes de Puerto Rico que vivían en el sur del Bronx y El Barrio comenzaron a practicar el grafiti, el breakdance y la música rap. Surge así el rap en lengua castellana, unido en principio a estilos musicales latinos y creando un vocabulario propio. Destaca Charlie Chance. Nació en la década de los cincuenta en El Barrio. Comenzó como DJ de Cold Crush Brothers. En los setenta, se llamaba a sí mismo “New York’s Number One Puerto Rican DJ”, y fue el



mejor y el primer DJ hispano.

A mediados de los noventa, ya son conocidos los grupos latinos que se dedican al Hip hop. Cabe destacar Mellow Man Ace, Kid Frost, Gerardo y El General, reconocidos a nivel nacional e internacional. En 1990, Mellow Man Ace consiguió el primer disco de oro de un rap latino, con su tema en spanglish *Mentirosa*. Este artista nació en Cuba y se crió en Los Ángeles. Los demás latinos también provenían de Sudamérica. En Nueva York aparecieron más raperos de origen puertorriqueño, como Big Pun, Hurricane G y Fat Joe. Desde Puerto Rico, artistas como Vico C., Lisa M. y Rubén DJ, lejos de las calles donde nació el Hip hop, llevaron el rap latino a su reconocimiento y comercio. Es la llamada "Latinización" del Hip hop, que escapa del carácter nacional y étnico de su nacimiento. Lejos de acabar con el género, esto hizo que el rap se transformara en un tipo de música en el que tiene cabida lo social, una dimensión muy significante en el Hip hop desde ese momento con trasfondo cultural y político. Pronto afroamericanos y puertorriqueños se sintieron como hermanos. En las películas, como *Wild Style* y *Style Wars*, participaban latinos de Puerto Rico en el movimiento del grafiti en Nueva York.

En los 90, se hicieron populares álbumes como Latin Alliance, Dancehall Reggaeespañol y Cypress Hill, perdiéndose el verdadero Hip hop latino. Fue en ese momento cuando se creó toda una estética latino-americana de Hip hop. No sólo surge el uso del español o las rimas bilingües que se convertían en parte de la temática, sino que con el tema *Rapper's Delight,* Grandmaster Cas revolucionó el Hip hop latino poniendo la rima al servicio de Sylvia Robinson, con unas guitarras suaves, una percusión fuerte y unas palmas sobre la profunda base funk.

En España, muchos entendidos consideran que el rap llegó en 1984, con películas como *Beat Street* y *Breakdance The Movie,* que utilizaban el baile como elemento central. En la base militar de Torrejón de Ardoz (Madrid) y Zaragoza, los jóvenes escuchaban las cintas de rap de los militares americanos, y comenzaron a hacer rimas. Además, desde la base de Torrejón se radiaba un programa importado desde Estados Unidos. Se empezó a practicar el Hip hop como competición en las propias canchas de baloncesto.

La fiebre del breakdance llegó entre 1984 y 1985. Los grupos de breakdance integran a personas de cualquier parte del mundo a la que le guste bailarlo. En septiembre de 1984, Mayra Gómez Kemp anunció en el programa de televisión Un Dos Tres (programa con una media de más de 22 millones de

espectadores) la actuación del grupo Break Machine: "Unos chicos que hacen un baile muy extraño que seguro les va a encantar". Podemos decir que ese fue el día uno del Hip hop en España. Al día siguiente era tema de conversación. Anuncios en televisión, la estética, la música, el concurso de break del programa Tocata... Todo parecía ser una moda pasajera que se diluía hacia 1986.

Los pioneros que decidieron seguir desarrollando este arte descubrirían más tarde el rap y los grafitis. Los primeros ejemplos de grafiti en España también surgen en la primera mitad de los ochenta. Es considerado un referente del grafiti Muelle, pionero de un movimiento conocido como grafiti autóctono madrileño y un estilo llamado "flechero". Hacia 1989, un gran número de grafiteros pintaban las ciudades de España con estilo del grafiti americano.

En 1988, un trabajador de la discográfica Ariola viajó a Estados Unidos, donde descubrió el Hip hop. Volvió a España con discos de Public Enemy y la idea de sacar beneficio al nuevo género. Reunió a una serie de grupos en el recopilatorio Rap'in Madrid. En vez de grabar temas propios, los grupos cantaban sobre las bases de los temas americanos. Tuvo gran éxito, aunque fue efímero. Uno de aquellos grupos fue Jungle Kings, con estilo propio destacaría por su profesionalidad y calidad. En este grupo estaba Paco King, miembro actual de El Club de los Poetas Violentos (CPV) y el posible padre del rap español. Ese mismo año, el grupo punki llamado TDK pasó a llamarse Masters TDK para sacar a la venta el primer álbum de rap hecho en España, titulado Las nuevas aventuras de los Masters TDK. De forma paralela, cada vez era más común encontrarse tags y grafitis por las paredes.

El sello independiente Troya lanzó en 1989 un disco de rap hecho en español. Se trata de Madrid Hip hop, un disco que recopilaba los primeros temas del Hip hop madrileño, uniendo a grupos como QSC, Estado Crítico, DNI y Sindicato del Crimen. El éxito fue rotundo, y las multinacionales buscaban continuamente nuevos grupos. El Hip hop español era un negocio, pero las discográficas españolas ponían censuras y trabas a los grupos.

El sonido del Hip hop español estaba inspirado en principio en el Hip hop americano, pero con el paso del tiempo tomaría elementos del flamenco, la rumba o la música latina. Llegó a más público al utilizar el español en sus letras, aunque todavía en ocasiones se incorporan palabras o frases en inglés. La nueva cultura surgió al tomar conciencia en determinados barrios de clase obrera, pero no sólo en ellos. En el caso de España, este arte ha crecido fuerte en Madrid, Barcelona, Zaragoza, Sevilla y Málaga, aunque



está presente en todas las capitales. Aún hoy es difícil trabajar en el género Hip hop desde Andalucía. Hay pocas subvenciones, locales de ensayo y salas para actuar, y la mayoría se concentran en Málaga, Granada y Sevilla.

Mientras el tiempo pasaba y la industria discográfica daba la espalda a los grupos, el movimiento en el extranjero seguía evolucionando. En esta época de transición del rap en España destacó el grupo Def Con Dos, que después de editar varios trabajos bajo la influencia del sonido de Public Enemy o Beastie Boys como Segundo Asalto (1990), se adentró como pionero en España en el rap metal. En 1992, Def Con Dos y Negu Gorriak ya eran admirados dentro y fuera del país, siendo propuestas de unión de rap con sonidos metálicos. En esta década, los grupos de jóvenes asiduos al movimiento se movían con cautela, y aparecieron los primeros experimentos musicales a nivel underground.

La MTV, con emisiones de videoclips de grupos como LL Cool J, 50 Cent o Eminem, hizo que el Hip hop llegase a gran parte de la población española, sobre todo a los jóvenes. Más tarde, aparecieron programas en Radio 3, y emisoras como Radio Vinilo, Radio España, Radio Iris y Radio Luna, donde se pinchaban temas y se daban las novedades sobre el movimiento Hip hop. Empezaron a surgir locales y salas donde reinaba el funk y el rap, como es el caso de Studio 54 en Barcelona o Stone's en Torrejón. El Hip hop también llegó a las tiendas de discos, haciéndose notar en tiendas de importación como Disco J.L. o New Record, o vendedores especializados como Rayfield Singleton. En Alicante, el verano de 1993 se celebró la primera macro-jam de Hip hop, lanzando el género a lo más alto. Fue todo un éxito, concentraba grupos y solitas de gran calidad.

Para demostrar qué era el Hip hop de verdad, el Club de los Poetas Violentos o CPV publicó en 1994 el primer disco con temas propios: Madrid Zona Bruta. Fue realizado por el primer sello especializado en este género, YoGano. Vendieron unas 2000 copias, pero los temas de este grupo eran conocidos en toda Madrid. Supuso un antes y un después, por lo que es considerado el primer disco de rap real de España. Entre 1993 y 1995, surgieron otras maquetas de grupos como Zona Norte o Kase O. El arte del grafiti continuó su evolución, y aparecieron numerosos fanzines especializados.

Pronto, cambiaría la escena musical, pasando de la música instrumental a utilizar hasta seis micrófonos y dos platos. En mayo de 1996 tuvo lugar la primera edición de Festimad. Entre estrellas de rock, CPV destacó con más seguidores de los esperados, unas 4000 personas. De pronto, empezaron a surgir

grupos que sacaban maquetas, pero no eran apoyados por la industria. Antes de separarse, CPV editó dos álbumes más: La saga continua 24/7 (1997) y Grandes planes (1998). Raperos de la talla de Zatu, Tote King o Shuwa Wuga consideran a CPV como los pioneros del rap en España, reconociendo la valentía y la potencia de un grupo que unía muchos estilos. Ha sido una referencia para todos los raperos españoles. A finales de los 90, destacaban Sólo los Solo, Mr. Rango, Elements, Geronación, Violadores del verso y Kase-O.

En Andalucía, fue también en los noventa cuando surgió el primer grupo de rap en el barrio de Pino Montano (el Bronx de Sevilla). Era SFDK, un grupo sevillano formado por el MC Zatu y el DJ Sergio. Sacaron una maqueta bajo el título Straight From Da Kranny, haciendo referencia al significado inicial de las siglas del grupo. Su éxito a nivel local llevó a la evolución del rap sevillano, y un año más tarde entró en el grupo el DJ Acción Sánchez, pasando la formación a adoptar su nombre actual: Siempre Fuertes De Konciencia. Después de varias maquetas y su primer maxi, *Llámalo como quieras* (1997), crearon ya junto a la discográfica ZonaBruta su disco Siempre Fuertes (1999), considerado uno de los mejores discos de Hip hop editados en España. Desde ese momento y hasta la actualidad, SFDK ha destacado en el Hip hop a nivel nacional.

Son numerosas las películas que nos han llegado desde tierras lejanas sobre baile y Hip hop. Ya en 2001 aparece una película que nos recuerda a *Flashdance: Espera al último baile*. La película *8 Millas* (2002), protagonizada por el rapero Eminem, terminó de popularizar el *freestyle*. Otras películas que aparecen en pleno siglo siguen teniendo como centro el breakdance, como ocurre con *Honey* o *You got served.*

En el año 2000 apareció *Laboratorio de Hip hop,* el disco con el que se estrenó el sello China Records de Universal Music. Es una recopilación con 21 canciones de artistas como Frank T, La Mala Rodríguez, Falsa Alarma o Violadores del Verso, una clara muestra del rap español del momento. Pero además, en los primeros años del siglo XXI, surgieron tres discos que evidencian el buen estado del Hip hop en el país.

Aparece la primera mujer rapera reconocida y aplaudida por el público: Mala Rodríguez o La Mala. Es una MC jerezana que se marchó a Sevilla, con un estilo único y muy personal. Mala publicó el disco Lujo Ibérico, producido por los antiguos miembros de CPV Joya Mayúscula y Supernafamacho. Este LP llegó a ser disco de oro y el disco más vendido en la historia del Hip hop español, fusión de rap y

tendencia flamenca. Además de sus propias cualidades, la popularidad del disco se potenció gracias a su inclusión en la banda sonora de la película *Lucía y el sexo,* de Julio Medem. La Mala ha colaborado también con el artista estadounidense Akon y participó de nuevo en cine en *Yo soy la Juani,* de Bigas Luna. Su tema *La niña* se encuentra en la banda sonora del vídeojuego del 2006 Scarface-The World is Yours para PS2, en Xbox y Nintendo Wii. Son numerosos los premios que recibe esta rapera, siendo hoy la mujer española del Hip hop más reconocida a nivel nacional e internacional.

En 2001 se publican otros dos discos que confirmarían la madurez del rap español. Vicios y Virtudes de los zaragozanos Violadores del Verso y Quimera de los catalanes Sólo los Solo. Son dos trabajos aclamados por la crítica que vienen a definir los dos estilos predominantes en el Hip hop español en el nuevo siglo. Violadores del Verso presentan un ejemplo perfecto de rap hardcore, con patrones musicales minimalistas y rimas contundentes. Se consolida así Kase O como el mejor rapero del país. Ambos discos no solo depuran y resumen buena parte del rap creado hasta la fecha en el país, sino que además sirven de modelo para toda una generación de raperos y productores. Durante los primeros cinco años del 2000, se sucedieron diferentes trabajos discográficos que consagrarían a varios de los grupos más conocidos del panorama nacional, como SFDK, Tote King, Chojín, Falsalarma, Shotta, Rapsusklei o Nach.

Las tendencias del rap español se multiplicaron, apareciendo propuestas muy diferentes, similares a los distintos estilos del rap americano. Se publicaron trabajos con un fuerte contenido social, se experimentó en el género, llegó una corriente de rap *gangsta* y el jazz sirvió de inspiración en varios discos. El grupo madrileño La Excepción, llegó con sentido del humor a un amplio público, con referencias de la cultura gitana en su primer álbum Cata Cheli (2003). Su popularidad fue en aumento, hasta conseguir dos premios Goya por la película *El truco del manco* como "mejor canción original" y "mejor actor revelación" para el líder del grupo, El Langui.

Ya más cerca del 2010 surgió, especialmente en Madrid, toda una corriente asociada al gangsta rap. Destacan en esta escena artistas como Mitsuruggy, Sholo Truth, Primer Dan o Chirie Vegas. Resurgió a la vez el rap político, de fuerte compromiso social y mensaje crítico. En este subgénero figuran Los Chikos del Maíz, L. E. Flaco, ZPU o El Chojín. Otros estilos de influencia jamaiquina se consolidaron con las aportaciones de artistas como Morodo y Chulito Camacho, o nuevos trabajos de veteranos como Mr Rango. Entre las últimas publicaciones sobre Hip hop en España, destaca *Rap: 25 años de rimas.* Es un libro en el que El Chojín y Francisco Reyes, profesor de la Universidad Complutense de

Madrid, hablan del rap en primera persona desde su llegada a España. El libro analiza todas las vertientes de este movimiento urbano: música rap, grafiti, breakdance y *turntablism.*

Como novedad, el 5 de marzo de 2013 los andaluces Acción Sánchez y Zatu, junto a Hazhe y Capaz, publican Cracks (Boamusic), el primer disco de un nuevo grupo: Mala juntera. Es un trabajo que recoge 20 temas surgidos de 20 días de trabajo continuo en los estudios de Granada de Hazhe. Supone una vuelta al rap de los 90, un rap por entretenimiento lleno de vacile. Su gira comenzó en primavera del 2013. Trascendió su tema *Flava*, un juego de palabras que proviene de *flavour* (sabor), donde se reivindica un estilo ante los nuevos raperos.

El rap español ha alcanzado un nivel muy alto: ha evolucionado de la rima fácil al flow, a textos más complicados y competitivos, y la música y los ritmos se han desarrollado, enriqueciendo al género. Pero a la evolución del Hip hop en España le acompaña cierta desinformación por parte de los medios de comunicación. El Hip hop lucha contra la negativa del gran público general.

Pocos medios intentan apoyar al género. La radio pública española cuenta hoy con dos programas de radio: La Cuarta Parte y El Rimadero, la radiodifusión nacional e internacional de Hip hop a diario y semanalmente hasta el día de hoy. Pero es destacable la capacidad del Hip hop para desarrollarse y alcanzar el éxito sin llegar a convertirse en música comercial. Hay raperos que han ganado miles de dólares vendiendo sus discos sin necesidad de presentar ningún tema en la radio.

Por otra parte, existen multitud de revistas especializadas en Hip hop y en rap, pero en la mayoría de los casos son poco profesionales y suelen pertenecer a algún B-boy. Además, existe hermetismo y poca colaboración entre las nuevas revistas o títulos oficiales.

Todo hace que un género tan rico en España no llegue a ser tan conocido ni reconocido como merece. Internet es el principal medio que sirve para la expresión del Hip hop en la actualidad, conectando las diferentes visiones del género en todo el mundo y llegando a aquel público que realmente está interesado en él.



4.3.El Hip hop en Andalucía

Como hemos visto, el Hip hop en Andalucía se concentra sobre todo en las ciudades de Málaga, Sevilla y Granada. Son muchos los grupos que comenzaron a trabajar en esta música a partir de la segunda mitad de los 90, algunos llegarían a ser reconocidos a nivel nacional e incluso internacional. Estos grupos han marcado las líneas del Hip hop en tierras andaluzas y aún hoy sirven de inspiración a los nuevos artistas. A continuación, se hace un repaso a la biografía de los artistas más relevantes del Hip hop en Andalucía, con el fin de comprender la actualidad del género.

4.3.1.SFDK

Los sevillanos Zatu (MC) y Acción Sánchez (DJ y productor) son SFDK. Se conocieron en el instituto en los 90. Zatu y otros componentes, formaron en 1993 un grupo de Hip hop: SFDK, acrónimo de Straight From Da Kranny (Directamente Desde La Esquina o Escondrijo). Su primera maqueta, con el mismo nombre, tuvo buena aceptación. Un año más tarde, se sumó al grupo Acción Sánchez y cambiaron el significado del nombre por Siempre Fuertes de Konciencia.

En 1995, estrenaron segunda maqueta, Tras mil vueltas, dándose a conocer por varias provincias de Andalucía. Tras este disco, la maqueta Esto va en serio, de 1996, fue la primera maqueta de Hip hop editada por un grupo sevillano. Presentaba a la formación tal y como la conocemos en la actualidad. Se vendieron unas 900 copias por todo el país, SFDK se dio a conocer en otras ciudades, como Albacete, Alicante o Barcelona. Con todo, en 1997 consiguieron sacar su primer maxi Llámalo como quieras, con el primer sello sevillano especializado en rap, Zeroporsiento.

El gran salto llegó al fichar por el sello Zonabruta en 1998, con el que sacaron tres álbumes que los convertirían en referencia del Hip hop a nivel nacional: Siempre fuertes (1999), Desde los Chiqueros (2000) y 2001: Odisea en el Lodo (2003). El grupo componía temas con los que resaltar el ego del artista, acompañado con unas bases musicales de gran potencia.

En 2004 participaron en un anuncio para la cerveza Cruzcampo junto a Paco de Lucía y Sara Baras,

entre otros artistas andaluces. Poco después, crearon su propio sello, SFDK Records, y lanzaron el maxi Después de…. Vendieron más de 10.000 copias, convirtiéndose así en el maxi más vendido de la historia del Hip hop español. Su cuarto álbum de estudio, 2005, les trajo múltiples premios y el salto a otros países, dando en su gira posterior más de 100 conciertos entre España, Chile, México y Alemania. Destaca el tema El niño güey, que muestra una evolución en el estilo del grupo sevillano. Ese mismo año, participaron junto a otros artistas del Hip hop en el documental Sevilla City, de Juan José Ponce.

En 2007, el maxi que precede a su nuevo LP, Original Rap University, vendió de nuevo más de 10.000 copias, y el álbum Los veteranos llegó a ser disco de oro en menos de un año. Al año siguiente, SFDK lanzó un dvd con la historia de la agrupación y algunas imágenes inéditas.

Para celebrar sus diez años en la música, en 2009 apareció el homenaje Siempre fuertes 2, Premio de la Música en la categoría de Mejor Álbum de Hip hop en 2009. Con este álbum, SFDK volvió al estilo duro de sus comienzos. Finalmente, en 2010 sacaron el libro Currículum Vitae, con la discografía completa del grupo. Al año siguiente, sacaron a la venta un dvd sobre la gira de su último disco, llamándolo "La Gira en Sucio".

Ya en 2011, Zatu y Acción Sánchez se dividen para crear el doble disco Lista de invitados, donde interpretan temas de forma independiente junto a otros grandes artistas del panorama Hip hop español. En 2012, continuó la actividad de SFDK, a la vez que se formó el grupo Mala Juntera junto a Hazhe y el MC Capaz, para finalmente lanzar el 2013 el disco Cracks, álbum homenaje al rap. En la actualidad, tienen una línea de ropa propia, llamada Lealty Brand.

En diciembre de 2013, Zatu sacará su primer libro, Yo Zatu, acompañado de un CD.

Discografía:

- Outta Kranny (Maqueta, 1993)
- Tras mil vueltas (Maqueta, 1995)
- Esto va en serio (Maqueta, 1996)

- Llámalo como lo quieras (Maxi 1997 - Zeroporsiento)

- Siempre fuertes (Zona Bruta, 1999)

- Desde los chiqueros (Zona Bruta, 2000)

- 2001 Odisea en el lodo (Zona Bruta, 2003)

- Después de... Maxi (SFDK Records, 2004) (Maxi de Oro por sus más de 10.000 copias vendidas)

- 2005 (SFDK Records/Boa Music, 2005) (Disco de Oro por sus más de 40.000 copias vendidas)

- Original Rap University (Maxi - SFDK Records, 2006) (Maxi de Oro por sus más de 10.000 copias vendidas)

- Los veteranos (SFDK Records/Boa Music, 2007) (Nominado a los premios de la Música como mejor álbum de rap)

- Merry Christmas. Recopilatorio. (SFDK Records, 2007) (No solo de SFDK, sino de todos los integrantes de SFDK Records)

- Siempre Fuertes 2 (SFDK Records/Boa Music, 2009) (Ganador de los premios de la Música como mejor álbum de rap)

- Tesoros y Caras B (Maqueta , 2010) "Tesoros y Caras B" Mixtape (SFDK Records, 2010) (más de 500.000 descargas en hhgroups.com)

- Acción Sánchez y Zatu Rey: Lista de invitados (SFDK Records, 2011)



Premios y nominaciones:

- 2005: Zatu ganó la Red Bull Batalla de los Gallos Nacional.

- 2009: Siempre Fuertes 2, XIII Edición de los Premios de la Música 2009, al mejor álbum de rap.

- 2010: SFDK, premio al Mejor Álbum de hip-hop, en Los premios de la Música.

- Siempre Fuertes 2 como Mejor Álbum de Hip hop, en la II Edición de los Premios Internacionales de la Música Independiente (UFI).

4.3.2.Jefe de la M

Aitor Millán Fernández es un malagueño del barrio de la Colonia Santa Inés. Comenzó en el rap en los 90 primero como productor, haciéndose llamar Bobby Ló. Posteriormente empezó a participar en micros abiertos. Sus primeros rapeos aparecen en la maqueta de Nazión Sur La nazión en línea. Produjo a artistas como Keyo o Tote King. Su primera gran producción fue Desde los chiqueros (Zona Bruta, 2000), de SFDK. Más tarde haría sus producciones para otros artistas reconocidos a nivel nacional: Nach, Triple XXX, Falsalarma, El Chojín, etc.

En 2003, tras publicar su primer LP Entra el dragón, creó el sello discográfico junto a MNK Records, formando Bobby Ló Records. Desde ese momento, comenzó a producir discos propios, como Versus, y a otros artistas, convirtiéndose en una referencia del Hip hop español.

Un año después, montó Showtime Estudios junto a Big Hozone, un estudio para trabajar a gusto, sin limitaciones. Luego también crearía su propio sello en 2005: Soul Clap. Bajo este nombre publicó su doble CD Escapismo, y se unió con El Niño e Ijah para formar el grupo Triada, con DJ Pera a los platos. Con ellos sacó un maxi single llamado *Tres*. Entre sus trabajos como productor, continuó colaborando como MC con artistas como Quiroga en su LP Historias de Q.

Ya en 2007, sacó una mixtape gratuita que se podía descargar de forma gratuita a través de internet. Se llamó Inquietud, y se podía obtener mediante la web oficial y MySpace. Editó el álbum debut de El Niño, En blanco y negro.





En 2011 sacó su último disco, P.O.D.E.R., en el que aparecen colaboraciones con Gordo Máster, Spanish Fly, Ijah, Little Pepe, y otros. Son numerosas las producciones que ha realizado el Jefe de la M desde que crease su propio sello. A ello se suman las creaciones audiovisuales que produce desde el 2010 bajo el nombre de Soul Clap Media para artistas de todo el Hip hop español.

Discografía:

- A mí me la traen floja (Maqueta) (1993) (como MC Scratch)
- Cancerbero (Maqueta) (1996) (como RK)
- Entra El Dragón (LP) (Marina Kome, 2003)
- *Versus* (Maxi single) (Bobby Lo Records, 2004)
- Escapismo (2'LP) (Soul Clap, 2005)
- Inquietud, la Mixtape (Mixtape) (2007)
- DPS (Mixtape) (2009)
- Málaga Saga (Mixtape) (2010)
- P.O.D.E.R (LP) (2011)
- DPS 2.0 (Mixtape) (2013)
- El retorno del Dragón(2014)





4.3.3.Hablando en Plata Squad

Hombres del Hampa fue en principio el nombre del grupo de Hip hop malagueño que hoy conocemos como Hablando en Plata Squad. Este grupo dedicado al género horrorcore está compuesto por Rayka (Juan Peralta, MC y productor), DJ Narko (Jesús Suarez, DJ y productor), Sicario (Miguel Ángel Soler, MC), Capaz (Rafael Fernández, MC) y Big Hozone (Jorge Massot, productor). Aparecieron en la escena del Hip hop por primera vez en 1999, colaborando con Frank T en su tema *Frases*. Pronto, el sello Zona Bruta los fichó, y en el 2000 sacaron su primer maxi: *Operación Mafia Fantástica.* Desde sus inicios, Hablando en Plata marcó un estilo propio, un sonido violento y oscuro con acento andaluz.

En 2001 apareció el LP A sangre fría, y recibió muy buenas críticas. Su gira les acercó al público de toda la geografía española. Pero fue su segundo LP, Supervillanos de alquiler, el que los situó en 2003 en quinta posición entre los discos más vendidos según la lista AFYVE. Entre letras profundas, este disco habla sobre el grafiti y el rap, y la defensa del alter-ego está presente. Colaboraron junto a ellos Kultama (VKR), Kase O (Doble V) y Supernafamacho (CPV), y otros artistas los reclamaron para sus temas, como Fito y Fitipaldis o Mala Rodríguez.

Cambiando hacia una temática más profunda y personal, apareció en 2006 La división de la victoria, su tercer disco. En contra de las colaboraciones habituales en Hip hop, en este disco sólo colaboró en un tema Elphomega. A principios del 2009, se sumó al grupo Big Hozone y se publicó Libertad/Hambre, un doble cd con treinta y tres canciones de temática variada, menos fantástica, y música instrumental.

Discografía:

- Sr.Narko zerounoestilo (1998)
- Los hombres del hampa (1999)
- *Operación Mafia Fantástica* (Maxi) (Zona Bruta, 2000)
- A sangre fría (LP) (Zona Bruta, 2001)



- Supervillanos de alquiler (LP) (Zona Bruta, 2003)
- La división de la victoria (LP) (Zona Bruta, 2006)
- Libertad / Hambre (LP) (BoaRecords, 2009)

Capaz en solitario:

- *Cava Dos Tumbas* (single) (BOA, 2010)
- Último Cigarro (LP) (BOA, 2010)

Rayka:

- Fragmentos (LP) (BOA,2012)
- Bloody Records Team (LP) (Bloody Recording, 2015)

Sicario y Hazhe:

- Nucleares (LP) (BOA, 2010)

Sicario:

- La Ley De Ohm (LP) (Zona Bruta, 2007)
- Mitología criminal (LP, 2013)





4.3.4.La Mala Rodríguez

María Rodríguez es La Mala. Nació en Jerez de la Frontera pero su interés por el Hip hop, el soul y el blues llegó cuando se mudó a Sevilla. Su primera maqueta se grabó en 1997. Dos años más tarde debutó como Mala Rodríguez por primera vez, con su éxito *Yo Marco el Minuto*. Podemos considerarla la rapera líder del Hip hop español, con una voz que mezcla sonido urbano con un toque de flamenco.

En el año 2000, Mala Rodríguez editó su primer álbum junto al sello Superego: Lujo Ibérico. Con este trabajo alcanzó el Disco de Oro, siendo uno de los álbumes más vendidos de Hip-hop en español. Lanzaría su segundo álbum en 2003, Alevosía. Fue mezclado en Nueva York, producido sólo por Universal, pero manteniendo al director de Superego, Sergio Aguilar Pereira, como productor ejecutivo.

En 2007 se editó Malamarismo, un álbum que la termina de lanzar al exterior, sobre todo en países como México, Argentina, Chile, Uruguay, Colombia, Venezuela, Centroamérica y los Estados Unidos. Este tercer álbum recibió grandes críticas y premios y nominaciones: premio MTV Latinoamérica a la artista Promesa del año y la Banda Elástica como Mejor Artista Urbano; y nominada a los MTV EMA (European Music Awards) como Mejor Artista Español, y a los Grammy Latinos como Mejor Álbum de Música Urbana. Además, La Mala colaboró con otros artistas internacionales como Calle 13, Bajofondo (Gustavo Santolalla), Tego Calderón, Kumbia All Starz y Julieta Venegas, ampliando todavía más su proyección internacional. Mala Rodríguez ha ido creciendo como artista. Participó en temas para las bandas sonoras de las últimas películas de Julio Medem o Bigas Luna, promoviendo así su disco Malamarismo.

A principios de la década, lanzó su cuarto álbum, Dirty Bailarina (2010), con el sello Universal, que contó con la fantástica producción del Americano Foccus y el español DJ Griffi. Ganó en los Grammy Latino a la Mejor Canción Urbana con su primer single *No pidas perdón*. Además, ha colaborado en directos de Alejandro Sanz (*Mala*) y Nelly Furtado (*Bajo otra luz*), entre otros, y ha participado en el festival anual Nem-Catacoa de Bogotá. Tras una larga gira por medio mundo, ya en 2013, Mala Rodríguez se consagra como absoluta representante del rap en español gracias a su trabajo Bruja, con numerosas descargas en *i-tunes* y buenas críticas y reconocimientos. A finales de año, está nominada en tres categorías de los Grammy Latino**:** Mejor Álbum de Música Urbana (Bruja, Universal Music Spain); Mejor Interpretación Urbana (*Quién Manda*) y Mejor Canción Urbana (*Quién Manda*).



Discografía:

- *A jierro / Toma la traca* (Maxi) (Zona Bruta, 1999)
- *Yo marco el minuto / Tambalea* (Maxi) (Yo Gano-Superego, 2000)
- Lujo ibérico (LP) (Yo Gano-Superego-Universal, 2000). Disco de Oro.
- *La Niña / Amor y Respeto* (Maxi) (Universal, 2003)
- Alevosía (LP) (Universal, 2003). Disco de Oro.
- *Por la noche* (Maxi) (Universal, 2006)
- Malamarismo (LP)(Universal, 2007). Disco de Oro.
- Dirty Bailarina (Universal, 18 de Mayo de 2010).
- Bruja

Premios y nominaciones:

- 2007: Nominada a los Grammy Latinos en la modalidad Mejor Álbum de Música Urbana.
- 2007: Nominada a los MTV EMA como Mejor Artista Español.
- 2007: MTV Latinoamérica en la modalidad Mejor Artista Español
- 2007. “Banda Elástica” como Mejor Artista Urbano.
- 2010: Grammy Latino en la modalidad Mejor Canción Urbana.





- 2010: Nominada a los Grammy Latinos en 2 categorías: Mejor Canción Urbana por *No Pidas Perdón* y Mejor Álbum Urbano por Dirty Bailarina.

- 2010: Nominada en los MTV EMA como Mejor Artista Español.

- 2011: Mejor álbum de Hip hop por el álbum Dirty Bailarina en la XV Edición de los Premios de La Música 2011.

4.3.5.Elphomega

Sergio Albarracín es Elphomega. Nació en Málaga en 1976. Se inició en el mundo del Hip hop haciendo letras para el grupo Nazión Sur con sólo quince años. Se puso al micrófono ya a sus dieciocho, con el tema *Málaga mafia* de la maqueta Con 40 de fiebre. Siempre se ha dedicado al grafiti, incluso realizó un curso de dibujo en la Escuela de Artes y Oficios de Málaga.

Después de un parón, comenzó a mover maquetas y a colaborar en el mundo del rap. Colaboró en el primer disco de Hablando en Plata, A sangre fría. Ya en 2002 lanzó una maqueta, dándose a conocer en todo el país. Siguió haciendo colaboraciones con el grupo Hablando en Plata, y actuó en numerosos conciertos a nivel nacional. En 2004, junto al sello Zona Bruta, lanzó su primer maxi, *One man army*. En su estilo caben anglicismos, alusiones a los cómics y referencias a la cultura de masas norteamericana. Homogeddon fue su primer LP, lanzado en 2005. Criticaba la estética de algunos raperos, por lo que fue muy polémico.

Elphomega ha colaborado en conciertos con Hablando en plata, SFDK y Falsalarma en Málaga. A finales del 2006 colaboró en el álbum Simbiosis de El Cerebro (Gris Materia), a la venta a principios del 2007. Ese mismo año, se editó su segundo LP, El testimonio Libra, donde participaron, entre otros, Capaz, Kultama y Violadores del Verso.



A principios del 2011, sacó un EP gratuito con Elvira, guitarrista del grupo Standstill. Ese año, vio la luz su disco Phantom Pop. Sus letras se alejan del mensaje competitivo y del egotrip habitual en el Hip hop



español. Su tema *Summer breeze* fue escogido para acompañar a un anuncio publicitario de televisión.

Discografía:

- Leyenda: Rap Contienda (Maqueta) (1998)
- Fácil de Escuchar (Maqueta) (2000)
- El Fenómeno (Maqueta) (2000)
- Elphomega (Maqueta) (2002)
- *One Man Army* (Maxi) (Zona Bruta, 2004)
- Homogeddon (LP) (Zona Bruta, 2005)
- El Testimonio Libra (LP) (Zona Bruta, 2007)
- Phantom pop (LP) (BOA Music, 2011)

Premios: Videoclip *Doppelgänger,* seleccionado para los premios Laus 2013, premios internacionales de diseño gráfico y comunicación visual en su 43ª edición.

4.3.6.Tote King

Manuel González Rodríguez, nacido en Sevilla, es Tote King. Comenzó los estudios de Filología inglesa en la universidad de Sevilla, y jugaba como base al baloncesto, en segunda liga nacional.

Comenzó en el Hip hop haciendo los coros al grupo SFDK en los conciertos. Junto a Juaninacka, Juanma, DJ Randy y El Tralla formó el grupo La Alta Escuela. En 1999 lanzaron el LP En pie de vuelo, primer

y único disco, con colaboraciones de artistas andaluces como Mala Rodríguez o Zatu. En lo que iba a ser su primera maqueta, Big King XXL, colaborarían Shotta, Jefe de la M, Keyo y Zatu. Pero su primer trabajo fue editado finalmente en 2002 junto a su hermano, el rapero Shotta, llamándose Tu madre es una foca (Yo gano).

Después comenzó su carrera en solitario. Previo al disco, en 2004 sacó el maxi *Matemáticas* (Superego). Posteriormente apareció el disco completo, Música para enfermos, con grandes colaboraciones y bases creadas por DJs españoles. En 2005 apareció junto a otros artistas del Hip hop sevillano en el documental *Sevilla City*, de Juan José Ponce, premio Visual 2006 al mejor documental en el Festival Visual de Majadahonda.

Sería en 2006, dos años después, cuando sacó Un tipo cualquiera (BOA) y Tote se consolidó como uno de los más destacables MCs del panorama español. Fue incluido en la revista *Rockdeluxe* entre los mejores discos españoles de la década de los 2000. (*Rockdelux*. Especial 25 Años). Meses después, se le diagnosticó un trastorno obsesivo-compulsivo, necesitando medicación y tratamiento psiquiátrico.

En noviembre del 2008 y junto al mismo sello, apareció su tercer LP, T.O.T.E., con beats muy actuales de influencia electrónica y letras más desenfadadas. Entre sus colaboraciones, destaca en 2006 junto a DJ Griffi *Al rojo vivo*, tema de apoyo y promoción del mundial de basket de Japón para la cadena de televisión La Sexta. Un año después, colaboró con Antonio Orozco en su tema *Hoy todo va al revés*.

En 2009, BOA sacó La Caja, una edición especial en la que se reúnen los cuatro discos de Tote, junto a un dvd con el documental *Tengo que volver a casa*, que también se vendería de forma independiente. En 2010 salió a la venta su cuarto disco en solitario, El lado oscuro de Gandhi (Sony Music). Revolucionó los medios haciendo una crítica al uso de las tecnologías con su tema *Redes Sociales*. Este discó llegó al número dos de ventas entre los álbumes más vendidos en España.

Tote King y Shotta se unen de nuevo en 2012 para crear Héroe, un disco con 16 temas más uno de regalo, el tema *Gordos,* junto a Gordo Master.



En la actualidad, Tote King trabaja desde su estudio de Miraflores, en Sevilla, en un programa quincenal para Radio Gladys Palmera llamado T.O.C. En este programa nos presenta la actualidad del Hip hop y



sus raíces más rockeras. En mayo de 2013, Tote King presenta en su web oficial ocho temas gratuitos mediante el soundcloud en agradecimiento al apoyo de sus colegas y de su público. El EP El Tratamiento Regio (Sony Music) es un trabajo hecho por y para su disfrute, lejos de conciertos, entrevistas y el comercio del rap, que suena a despedida temporal.

Discografía:

- Big King XXL (Maqueta) (Flow Records, 2001)
- *Duermen* (Maxi) (Yo Gano - SuperEgo, 2001)
- Maxi single Con Shotta: *Nada Pa Mí* (Superego, 2002)
- LP Con Shotta: Tu Madre Es Una Foca (Superego, 2002)
- *Matemáticas* (Maxi) (Yo Gano - SuperEgo, 2003)
- Música para enfermos (LP) (SuperEgo, 2003)
- Un tipo cualquiera (LP) (Boa Music, 2006)
- *Al rojo vivo* (Tema Selección Española en el Mundobasket/Boa Music, 2006)
- Un tipo cualquiera + (LP + DVD) (Boa Music, 2007)
- T.O.T.E. (LP) (Boa Music, 2008)
- El lado oscuro de Gandhi (LP) (Sony Music, 2010)
- LP Con Shotta: Héroe 2012 (Sony Music)
- El tratamiento regio (EP) (Sony Music, 2013)






- 78 (LP) (Sony Music, 2015)

Premios y nominaciones:

- 2002: Premio *Hip-hop Nation* al mejor MC revelación de 2002.

- 2011: Nominado a los premios de la música como Mejor álbum de Hip hop 2011.

4.3.7.Juaninacka

Juaninacka es Juan Ignacio Guerrero Moreno. Nació en Gerona en 1978, pero sus padres son andaluces y pronto volvieron a Coria del Río, en Sevilla. Comenzó su carrera musical formando un grupo junto a Tote King y DJ Randy en 1998, llamado La Alta Escuela. Este grupo editó un año después su primer LP, En pie de vuelo. Después, cada MC tomó un camino diferente, y Juaninacka siguió trabajando junto a DJ Randy. Cambiaron sus pseudónimos a Billy el Niño y Don Dinero, y en el 2000 editaron su maxi Otra vez desde Coria….

Su primer trabajo profesional en solitario llegó en 2003, con el EP Versión EP bajo el sello Fiebre Records. Tras un año de éxitos, en 2004 grabó su primer LP Caleidoscopio, recorriendo en una gira toda España acompañado por DJ Makei y DJ Wilor. Después, continuó varios años con trabajos sucesivos. En 2005 editó el maxi El hombre, y en 2006 publicó Luces de neón, su segundo LP en solitario.

En 2008 formó parte del jurado de Red Bull Batalla de los Gallos en la semifinal de Alicante y en la Final Internacional. El tercer LP ya estaba realizado en aquel año con el nombre 41100 Rock, pero los problemas con la discográfica retrasaron su publicación hasta primavera del 2009, cuando se unió al sello BoaCor. Este trabajo tiene influencias de la música electro de los ochenta.

Por sus diez años de carrera musical, en 2009 publicó a través de varias páginas webs un recopilatorio llamado Discografía Incompleta (1999-2009). Un año después, Juaninacka y DJ Makei lanzaron una mixtape titulada Canciones de ahora y siempre.



En 2011 salió a la venta su cuarto LP, titulado Hellboyz, compuesto por catorce canciones y un remix. Cuenta con las colaboraciones de Rapsusklei, Sharif, Dealma, Lito MC Cassidy y Nestakilla. Del mismo modo, Juaninacka ha colaborado para otros discos.

Juaninacka tuvo un proyecto personal en 2012 al que puso el nombre de M.I.L.F (Music I´d Like to Feel). A través de su página oficial ofrecía así doce temas de descarga gratuita a lo largo del año, un tema por mes. Ya en 2013 sacó un nuevo disco sin título de nuevo junto a DJ Randy, como Billy el Niño y Don Dinero.

Discografía:

- El Japonés (EP, 2002)
- Versión EP (EP, 2003 – Fiebre Records)
- El Hombre (CDM, 2005 – Fiebre Records)
- Caleidoscopio (LP, 2004 – Fiebre Rocords)
- Luces de Neón (LP, 2006 - Fiebre Rocords)
- 41100 Rock (LP, 2009 – Boa Music)
- *Hellboyz* (Single) (CDS, 2011)
- *Esperando El Golpe De Suerte* (CDS, 2011 — BOA Recording)
- Hellboyz (LP, 2011 — BOA Recording)
- M.I.L.F. (LP, 2013)
- Éxodo (EP, 2015)





4.3.8.Gordo Máster

Gordo Máster es Andrés Duarte, un MC del barrio de Huelin, Málaga. Ya con catorce años se adentró en el Hip hop bailando breakdance como su hermano mayor. En sus comienzos, colaboró con varios grupos malagueños, como Dark Side Poets, Dramatical o Bugafon Squad. Más tarde, participó en el grupo Little boys MC, publicando su primera maqueta.

En 2001, Gordo Máster se fusionó con Spanish Fly, formando el grupo Triple XXX hasta el 2005. Grabaron dos discos de gran éxito y dieron una gira por el país, triunfando y dándose a conocer en el mundo del rap.

En 2006, Gordo Máster lanza su primer LP en solitario, Mi puerta. En él, contó con la colaboración de Jefe de la M, Shotta, Quiroga y Acción Sánchez, entre otros. Obtuvo un gran éxito su tema *Málaga City,* dedicado a su ciudad natal.

A finales de 2013, Gordo Máster saca un nuevo disco: Las 13 técnicas del maestro. Se trata de un doble cd creado en crowdfunding, donde aparecen 13 temas propios y 13 colaboraciones. Tras la disolución del grupo Triple XXX, este MC aún tiene mucho que decir. En octubre de 2013 comenzó su gira.

Discografía:

- Maketa 2001 (Maqueta), (2001)
- De la kalle vengo (Maxi Single), (2001)
- Sobran las palabras (LP), 2002)
- Barro y Fuego (Maxi Single), (2003)
- Primera Clase (LP), (2004)
- Mi Puerta (LP), (2006)





- Málaga está (Maqueta), (2010)

- 4 Life (LP),(2010)

- Freakshow (Maqueta), (2011)

- El Intocable (LP), (2011)

- 90s Flavor (Maqueta), (2012)

- Las 13 técnicas del maestro (LP), (2013)

4.3.9.Quilate

Enrique Jiménez Saénz es Quilate, un MC grafitero nacido en Úbeda en 1979, criado entre Oxford y Londres. Volvió a Granada con quince años. Allí dio sus primeros pasos con La Real Academia Del Verso, la que se puede considerar primera banda de rap de Granada. Participó en las Jams de Andalucía, y ganó junto a su grupo el "Concurso de maquetas de Planta Baja y Diputación de Granada". En 1999, el grupo pasa a llamarse Lakademia, y estaba formado por Quilate (desde entonces Tekilah), Chico Nar y Koji. Con este grupo fue nominado a los Premios de la Música de Andalucía en 2000 gracias al maxi *¿Aquí hay vocación?*.

En 2002 sacó su demo en solitario, aun perteneciendo al grupo, y llegó a la final de la primera edición nacional del festival LAGARTO, en Jaén. En 2004, junto a FRS Genuino, formó el grupo Cantinela Fina y editó Después del Silencio, sirviendo uno de sus temas como banda sonora de la película española *7 vírgenes*. Este grupo llevó al artista a la máxima consideración del público más exigente.

El LP tuvo una aceptación sorprendente, y se grabó el videoclip del single *Ay, ay, ay,* publicitando su trabajo en cadenas de televisión locales y nacionales. Con Cantinela Fina, tuvieron la gran oportunidad de participar en diferentes ciudades y eventos de España, como el Hot Point y el Live Dance Festival,

junto a artistas ya conocidos como Mala Rodríguez, Sólo los Solo, Violadores del Verso...

En 2005 Quilate comienza su carrera en solitario, y se codea con grandes raperos, como Hora Zulú, en el tema *Misas y Cenas* del LP Crisis y Claridad. Además, realizó tres canciones para el disco doble LIDA Allstars, del prestigioso productor a nivel internacional Calagad 13. Al año siguiente, Quilate creó su propio sello discográfico: Estratega Records. Entró en el Top 20 de MTV España con su tema *Fiel al juego*, maxi del mes por la revista *Rockdeluxe*. Este tema sentó las bases del estilo Quilate. También colaboró en 2007 junto a FRS Genuino, en su tema *Genuino.*

En 2008, Quilate representó a su ciudad en el segundo volumen del documental de rap hispano *Spanish Players 2.* Tras esto, Quilate sacó un LP, Alma libre (Estratega Records/ BOA), en marzo del 2008 y lo presentó en la sala Patchanka de Andújar (Jaén). Este disco cuenta con colaboraciones de Jefe de la M, Acción Sánchez, Juan Profundo, Aqeel, DJ Uni y Gran Purismo, entre otros.

El último disco de este artista apareció en 2011: Estamos en el Aire (SFDK Records/ BOA). Es un material que conserva el espíritu combativo y anárquico de la lírica de Enrique Jiménez, con tendencia al soul. Su discurso es melódico y su energía, positiva. Como artistas invitados, Juan Profundo y Acción Sánchez en la producción, junto a Hazhe y el neoyorquino Rik Marvel, integrante de Beat Fanatics. En la parte instrumental contribuyeron Eric Jiménez (Los Planetas), Roberto Cantero (Chambao), Emilio Berrocal y David Margam (Funkdación), Paco Luque (Hora Zulú), Román Groove (La Groove), DJ Simsima, DJ Uni e incluso Acción Sánchez como pinchadiscos. Un disco lleno de optimismo y colaboraciones que muestran al Quilate más puro y auténtico.

Discografía:

- Cantinela Fina (LP). Después del silencio, 2003.
- Fiel al juego, 2006. (Estratega Records)
- Alma libre, 2008. (Estratega Records)



4.3.10.Juho

Juho es un artista malagueño que empezó a escribir letras dentro de su círculo de amigos. Formó parte del grupo 4ª Fase junto a Ricky. Tras participar y ganar varias batallas de gallo, Juho se hizo un hueco en el mundo del rap. Cuando pasó a ser MC en solitario, conoció a otros MCs y productores y desde entonces ha trabajado en muchas colaboraciones dentro del rap underground.

Ya con dos años de experiencia, en 2005 publicó su maqueta Habéis criado un monstruo a través de internet. Desde su juventud Juho demostró su potencial. En aquel momento se descargaron más de 30.000tracks, siendo una de las maquetas más descargadas. Tras un descanso, el MC ha hecho de corista de El Mono, junto a DJ Pera.

Ha colaborado en la mixtape de Chinese Grade, junto a DJ Pera, colaboró también en el Maxi-single de Joker y preparaba una Mixtape junto a Spanish Fly (anterior miembro del grupo Triple XXX) a la vez que organizaba paralelamente su trabajo en solitario.

Cinco años después de su primera maqueta, en 2010 Juho sacó al mercado su disco en solitario Soldier. Se compone de diez cortes con las producciones de Jefe de la M, DJ Pera, Serokah y el propio Juho. Tras sus muchas colaboraciones, en su trabajo colaboraron artistas como Little Pepe, Shabu One Shant, Keyo, El Mono y Murianafobia. La maqueta la grabó el mismo Juho en Kiwi Records, en Málaga. Junto a Juho, colaboró Pinnacle Rockers en el tema *Hot Sun.* El videoclip que lo acompaña sorprende al conseguir más de tres millones de visitas en la red. Lejos de otros tracks y vídeos musicales, éste es el tema de mayor éxito en el que Juho ha participado.

En 2012, apareció Welcome to Málaga en plataformas digitales, pero fue en noviembre cuando se publicó el trabajo en formato físico. Cuenta con un total de siete temas de Little Pepe y Shabu junto a los franceses Dragon Levy y Taïro, donde además participó Juho. Ha sido grabado en los estudios de Niggaswing, Upskillz Records y Showtime.

Tras un tiempo parado, en el verano de 2015 aparece de nuevo Juho en el tema *Pure Style*, de Gordo Máster y Little Pepe. Con música de Niggaswing, los malagueños le cantan al optimismo y a la ciudad y algunas de sus principales características, como el terral, los mojitos o la ola del Melillero.

Discografía:

- Habéis creado un monstruo (Maqueta,2005)

- Soldier (LP, 2010)

4.3.11.Mala Juntera

El rap no deja de reinventarse, esta vez con cuatro figuras del panorama nacional. Acción Sánchez (Sevilla, 1977), Hazhe (Zaragoza, 1980), Zatu (Sevilla, 1977) y Capaz (Uccle, Bélgica, 1974) se han unido para crear Mala juntera y presentan su primer trabajo: Cracks (Boamusic). Con este provocador título los raperos han querido reivindicarse y apostar por un proyecto diferente. Nunca se había hecho una formación a partir de otras agrupaciones con ese nivel o talento.

El proyecto nació un día en el estudio de Hazhe, en Granada, y en veinte días se hizo todo el trabajo. Con influencias del Hip hop estadounidense, el disco recoge 20 temas y es una producción espontánea. El álbum busca volver a la esencia del rap de los años noventa, en el que la música era entretenimiento. Acción Sánchez y Hazhe han producido el sonido, mientras Zatu y Capaz han creado la lírica que nos acerca temas de contenido reivindicativo e historias inventadas, a modo de películas.

El 5 de marzo de 2013 salió a la venta el disco Cracks, de edición limitada. Este disco comienza con el discurso de la película *Los amos de la noche* (The warriors, 1979), una conocida invitación a la unidad. El grupo considera que la desunión entre raperos ha imposibilitado una expansión por miedo a caer en lo comercial, y sin embargo los propios raperos se quejan de que el rap no aparece en muchos medios.

La primera canción más conocida fue *Flava*, juego de palabras con el inglés flavour (sabor). Es un tema que reivindica el estilo y talento de los cuatro de Mala juntera frente a las nuevas generaciones de raperos. Se mantienen fuertes. Mala juntera comenzó su gira en la primavera de 2013 y los raperos actuaron en el Festival Territorios de Sevilla en mayo y en marzo en Madrid.

4.4.Otras actividades de Hip hop en Andalucía

El Hip hop se incentiva en Andalucía con la creación de diversos programas y concursos en los que los nuevos talentos del género se pueden dar a conocer. A nivel de toda la región, podemos destacar el Programa Desencaja, organizado por la Junta de Andalucía. En este programa existen diversas modalidades para que participen los jóvenes de 16 a 35 años. En la modalidad Pop-Rock, tiene cabida también el Hip hop. Los premios rondan entre la grabación de un CD y sus copias, la promoción del grupo y una gira de actuaciones. De forma paralela, en Málaga anualmente se convoca el MálagaCrea, con diferentes modalidades artísticas. En la modalidad MálagaCrea Rock, pueden participar jóvenes de 16 a 35 años presentando músicas populares y alternativas, como el Hip hop. Granada no se queda atrás. Allí se organiza anualmente el campeonato “Granada en rap”, abierto a jóvenes de todo el territorio nacional. A parte, en Sevilla tiene lugar el Festival Territorios, punto de encuentro de música africana, pop-rock y Hip hop.

Cada primavera se celebra el Campeonato andaluz de Hip hop, enmarcado en el programa Arte y Creación Joven del Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ). Tanto el breakdance como el rap son valorados y premiados en este campeonato. A nivel de Andalucía, el Festival de Música Joven acoge también a artistas consagrados junto a nuevos talentos musicales en concurso.

A nivel local, existen multitud de concursos y conciertos en los que se presentan a nuevas promesas del Hip hop, promovidos desde salas de conciertos o salas culturales, apoyados por estudios de grabación o artistas del mundo del rap. Sin embargo, hay poca información oficial publicada al respecto. Estas actividades serían objeto de estudio de una investigación exclusiva y profunda.

5. EL VIDEOCLIP

5.1.Definiendo el videoclip

5.1.1.Concepto de videoclip

La palabra videoclip proviene de la primera persona del presente indicativo del verbo latino *vídeo* (vídeo, yo veo), unido a la locución *clip*, originariamente anglosajona (clip, fragmento o corto). El videoclip es un formato audiovisual que no tiene una definición consensuada, está en continua revisión. En términos generales, existe una doble vertiente para su definición:

Por una parte, se comprende el videoclip como un género en sí mismo, determinado y completo. Bajo este punto de vista, destacan las definiciones de videoclip como:

1-"Creación audiovisual de vocación cinematográfica surgida al calor del mundo contemporáneo y el vendaval massmediático, un testigo excepcional de las expectativas e inquietudes de las subculturas y tribus urbanas, un reclamo consumista para la juventud en su calidad de soporte publicitario de los productos de la industria discográfica y un vehículo para la autoafirmación y/o difusión y/o propaganda de los respectivos grupos y movimientos que alientan e inspiran su génesis al identificarse con una declaración de intenciones, un código ético y una forma determinada de vivir, comportarse y pensar, siendo también consecuentemente un documento antropológico polivalente, contradictorio y versátil" . (Sánchez, 1996, p. 566).

2-"Una forma de arte dinámico en la que lo visual y lo musical se combinan, a través de lo que se produce una interacción entre las dos partes. Con eso se logra un efecto único que sería imposible sin la interacción entre ambas partes. La forma ideal es la música visual, es una fascinante combinación de disciplinas que se complementan mutuamente, esa combinación de formas, colores y música crea ilimitadas posibilidades de expresión artística". (Body y Weibel, 1987, p. 53).

3-"El videoclip es un género audiovisual, un modo diferenciado de gestionar las materias expresivas de la imagen y el sonido, con una intencionalidad global coherente a través de un conjunto de recursos estables y uniformes de naturaleza temática, enunciativa y retórica. En el videoclip, esta estrategia de

regularidad general es sustituida por un conjunto de irregularidades de todo tipo que parte de todos los géneros y los pone en crisis (los transforma y los cita), de forma que sería más procedente hablar de macrogénero (son posibles todas las mezclas caprichosas entre géneros), intergénero (especie de género multimedia, donde la música, la imagen y el texto forman una especie de conducto multimedia) se desarrolla sobre la mezcla y combinación de recursos formales y retóricos de procedencia indistinta". (Sedeño, 2007, p.502).

Frente a estas definiciones formales, existen otras en las que el videoclip se considera un formato-producto. Desde este punto de vista, el videoclip es:

4-"Recreación visual, con música de fondo, de una canción que tiene como objetivo la promoción y venta de los discos que editan las casas discográficas y es producido por estas o por los agentes de los artistas". (Levin, 2002, p. 501).

5-"Productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebida para un trabajo creativo, organizada por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social". (Zallo, 1988, p.26).

6-"Audiovisual ligado al marketing de la música *pop*". (Javier Maqua, 1995, p.200).

7-"Torrente visual, a modo de experiencia emocional y estética, sin pretensión alguna (…). Su finalidad es la producción y venta de discos". (Jaime Barroso, 1996, p. 489).

A diferencia de otros formatos televisivos, algunos estudiosos del vídeo musical, al analizar la ruptura de códigos canónicos en el plano de la expresión, reconocen en el videoclip una forma de resistencia e identidad cultural opuesta a la cultura dominante (Pérez-Yarta, 1997, p.73). Bajo esta perspectiva, este formato nos acerca la identidad de la cultura propia de una comunidad frente a la cultura dominante en la que se encuentra inserta.

Como indica Antonio Mercader, con el videoclip llega no sólo un nuevo tipo de escritura ligado a las nuevas tecnologías, sino que también se abre un amplio abanico de posibilidades del modelo de hipertexto. (Mercader, 2003, p.59).

5.1.2.El vídeo como formato

Con la llegada del cine sonoro en los años treinta, se establece la primera relación música-imagen. Previo al nacimiento del videoclip, ya existían las vanguardias, el vídeoarte, las máquinas musicovisuales (*soundies* y *scopitones*) y el cine musical, tendencias que dejaron huella en el posterior género. Pero antes de hablar del vídeo musical primero es necesario analizar cómo surgió el propio vídeo como formato, y cómo afectaría a la evolución del arte audiovisual.

El nacimiento del vídeo como formato portable data entre 1965 y 1971, cuando la tecnología del vídeo portátil adquiere características como el *playback, rewind* o *fast-forward*. Comenzó a utilizarse a mediados de los sesenta con una gran diferencia frente al cine: el vídeo no tenía tradición. Esto suponía una liberación de las formas tradicionales de las técnicas en el arte. El vídeo era un nuevo equipamiento en pleno desarrollo que partía de la independencia histórica de otras artes. Como en la televisión y el cine, los artistas del vídeo aprendieron y evolucionaron mediante la experimentación.

Como indican Gaudreault y Marion, "El primer nacimiento es cuando una nueva tecnología se utiliza para ampliar las prácticas anteriores, a las que en principio servía. El segundo nacimiento es cuando se emprende un camino que permite a los recursos desarrollados adquirir una legitimidad institucional que reconozca su especificidad. Nuestra perspectiva nos ha llevado a pensar que en lugar de hablar sobre el nacimiento de un medio, o al menos su segundo nacimiento, en cambio deberíamos estar hablando sobre su constitución". (Gaudreault y Marion, 2002, p.12)

Tradicionalmente, la imagen es algo visible y silencioso, mientras que la música es temporal, invisible y audible. Fusionar imagen y música en una nueva experiencia no ha sido una tarea fácil; el movimiento de la película y la sincronía audio-visual son ilusiones. Al igual que en el cine, en el vídeo es necesario todo un proceso desde la grabación hasta obtener el producto final. El vídeo utilizó en sus principios la tecnología magnética, grabando y reproduciendo imagen y sonido a la vez. De hecho, el vídeo nació como grabador de sonido, no de imágenes. Se basaba en un proceso electromagnético cerrado por el que se recogían las señales eléctricas mediante un cable.

Durante la Segunda Guerra Mundial, el ingeniero alemán Fritz Pleumer experimentó con la cinta magnética, se dedicó a grabar las comunicaciones de radio. Tras la guerra, el soporte cinta llegó a

América y fue utilizado por las industrias del entretenimiento. En 1948 apareció una nueva versión de la tecnología magnética, retocada y desarrollada por la compañía electrónica americana Ampex Corporation. Las mejoras en la grabación del sonido abrieron paso a nuevas investigaciones sobre la grabación de la imagen en cinta magnética.

Pasarían casi veinte años para llegar a la comercialización masiva de la cinta de vídeo. En ese momento, Sony lideraba el mercado con el "Portapak" CV-2000 de media pulgada, una máquina que grababa sólo veinte minutos de vídeo en blanco y negro y sonido mediante un micrófono externo. Pero aún su precio era muy alto (3.000 dólares) y era un equipo grande, pesado y con necesidad de batería. Dos años después, Sony produciría el CV-2400, máquina que muchos artistas utilizaron al ser más barata y ofrecer la inmediatez de las imágenes en movimiento que no ofrecía el cine. Durante sus dos primeras décadas, el vídeo fue utilizado mayormente para grabaciones domésticas, por sus ventajas ante la película.

El vídeo, por tanto, es por naturaleza audio, con unos atributos físicos muy diferentes a la película. El vídeo puede ser manipulado incluso durante la producción, sin necesidad de postproducción. Un claro ejemplo lo vemos en las obras de Viola, que hacía un trabajo laborioso sin necesidad de las pesadas y caras máquinas pre-digitales de edición.

En el cine, la imagen en movimiento es el resultado de la sucesión de imágenes fijas captadas en un periodo de tiempo. Sin embargo en el vídeo la imagen no parte de una imagen, es la continuidad de electrones dispuestos en líneas. El vídeo es capaz de grabar y transmitir el movimiento electrónicamente. Robert Arns describió esta diferencia en términos de progreso: "En la película, el movimiento es la ilusión básica, realmente en la pantalla se suceden imágenes fijas unas detrás de otras. En el vídeo, la quietud es la ilusión, pues la imagen fija no existe." (Arns, 1973, p. 15-24) [Traducción propia].

Mientras que el cine necesita del trabajo del cerebro para recrear el movimiento, el vídeo es movimiento en sí. El vídeo es capaz de grabar y reproducir información fácilmente, cuenta con una inmediatez que hace posible recoger imagen y audio de forma simultánea. Aunque en el cine el producto final es audiovisual, necesita de dos tecnologías diferentes para su reconstrucción, además de un espectador activo. En el vídeo, audio e imagen se capturan a la vez, por lo que están en perfecta sincronía.

Hasta mitad de los años 70, el vídeo se utilizaba como parte de otros eventos creativos, pero poco a

poco fue adquiriendo carácter específico. Era una tecnología interesante por sí misma, y dio lugar a numerosas posibilidades e investigaciones artísticas. En su constitución, el vídeo permitía la fusión y manipulación de elementos pre-existentes. Empezaron a trabajar sobre formato vídeo trabajadores de otros medios, músicos y artistas se unieron creando las primeras experiencias de vídeo arte. La capacidad del vídeo para grabar y reproducir imágenes y sonidos de forma simultánea sirvió para dar forma visual a la música. La división tradicional entre artista y músico empezó pronto a romperse en América y Reino Unido, y empezó a formarse toda una cultura entorno a la tecnología del vídeo.

Cabe destacar la relevancia del vídeo arte o del vídeo musical para la evolución del formato, considerado el nuevo arte del siglo veinte. Muchos artistas admiraban su capacidad como libre espacio de expresión, y se sirvieron de él porque era fácilmente operable, no muy caro y de diseño renovable. Cargado de posibilidades audio-visuales, el vídeo da sensación de presente, del ahora, tomado en el momento de su creación. El creador de vídeo puede ser artista y compositor a la vez. Algunos autores consideran que el vídeo arte no tiene pasado, precedente, pero puede observarse como el resultado de la convergencia musical y artística.

A mediados de la década, ya se aceptaba a nivel institucional y empezó a conformarse el vídeo como género propio. Las posibilidades del vídeo fueron exploradas desde un principio por quien hoy se considera el padre del vídeo arte: Nam June Paik. La rapidez con que el vídeo pasó a considerarse un arte fue asombrosa. Sus creadores se valieron del nuevo formato de múltiples formas. Belloir (1981) considera que esta utilización del vídeo por parte de los artistas se puede resumir en:

- Registro de acciones: actuaciones, performances pregrabadas, autoobservación…
- Investigaciones espacio-temporales: mostrando desplazamiento espacial en el tiempo.
- Instalaciones: prácticas de vídeoarte que introducen una tercera dimensión, una relación entre el propio vídeo y el espacio que le rodea. Destacan las vídeo esculturas y los vídeo ambientes.
- Vídeo experimental: investigando las posibilidades de la imagen electrónica.

Hoy en día, existen obras en vídeo recogidas en galerías de arte, museos y salas de concierto de todo el

mundo. Las dos primeras galerías que acogieron al formato vídeo fueron: En 1982, el Museo Whitney del Arte Americano, con las obras *TV Garden* y *Tv Clock*, de Paik. Cinco años más tarde, el Museo de Arte Moderno (MOMA) exhibió una serie de vídeos de Bill Viola.

En el siglo veinte, el vídeo llegó a ser uno de los formatos más innovadores en material creativo. Cobró especial interés la edición por la interacción de varias imágenes en un mismo marco. Surgieron mecanismos de fusión de imágenes como la superposición (fusión de dos o más imágenes) o la incrustación (introducción de una imagen en otra). Esta técnica hace visible el efecto para el espectador gracias a la tecnología del *chroma-key*.

En 1995 apareció el formato DVD. Sólo ocho años después era el formato más alquilado en América. La edición de vídeo ha servido para experimentar sobre el uso creativo de imágenes junto a música, sonidos y textos en el vídeo arte y las performances. La generación de ordenadores, sintetizadores y tecnología informática ha dado lugar a estéticas propias en el vídeo.

Frente a las teorías que consideran el vídeo experimental como oposición a la tradición de la televisión, Jaime Barroso (1996) admite que el vídeo provoca nuevas formas de realización, pero no afecta a los códigos de comunicación audiovisual. Este autor considera que en los ochenta se generó una nueva estética audiovisual basada en la influencia de los telefilmes estadounidenses, los reportajes informativos y los videoclips. Los *spots* y los vídeos musicales, con la manipulación electrónica y un rápido ritmo en la sucesión de imágenes han conformado un nuevo estilo, buscando la espectacularidad y la condensación de sentido en un corto periodo de tiempo.

Hoy la nueva vía de expansión del vídeo está en internet, donde proliferan las webs especializadas en creaciones digitales. Programas tan sencillos como el iMovie de Apple hacen posible la edición de vídeo a un nivel fácil, para todos. Además, se trata de vídeos de corta duración, que no precisan de un experto con un equipo caro y complejo para la edición. En la actualidad el vídeo en formato cinta está obsoleto, pero el DVD llevó a Sony a crear la tecnología Blu-ray en 2007. El desarrollo del material artístico ha tenido una evolución a gran velocidad, paralela a la revolución de las tecnologías. El vídeo a día de hoy puede considerarse no sólo un formato, sino todo un género.

5.1.3.El videoclip como género propio

Tras un periodo de experimentación y desarrollo del vídeo, en el ámbito musical la industria del *rock and roll* daría pie a la llegada del formato videoclip. No es posible comprender el nacimiento del videoclip sin vincularlo a la sociedad en que surge. El videoclip nació tras la Segunda Guerra Mundial en la sociedad occidental, donde hay excedentes de productos y dinero para invertir. En E.E.U.U. se comenzaron a emitir actuaciones musicales a través de la televisión, y pronto aumentaron en número y calidad. En Gran Bretaña, el movimiento de la *New Wave* daba lugar al *punk,* que empezaría también a investigar las posibilidades del vídeo. Poco a poco, se introdujo la música en la televisión y el videoclip pasó a estar muy demandado.

El vídeo musical es ahora aceptado como un género multimedia propio, pero no se sabe con exactitud cuál fue el primer videoclip. Podemos considerar sus precursores a los Beatles, al usar el tema *Yellow submarine* junto a la factoría Disney en la película *Fantasía,* en 1969. El primer largometraje grabado con la tecnología del vídeotape es posiblemente *200 Motels* (1974), dirigido por Frank Zappa y Tony Palmer (Marimón, 2014, p.137). Se trata de un musical de ficción de 98 minutos de duración que recoge el tour de conciertos de una banda llamada "The Mothers of Invention". Tiene un montaje ya diferente, amoldado al ritmo de la música. Por todas sus características, algunos autores piensan que esta película es una forma primaria de videoclip. Además, posteriormente se comercializó también la banda sonora de la película.

Pero la mayoría de los estudiosos consideran como madre del videoclip *Bohemian Rapsody* (1975). Entre Freddy Mercury y Bruce Gowers crearon este vídeo para el grupo *Queen*. Tiene ya una duración de seis minutos, y tanto la música como el vídeo hicieron de esta canción un hit, llegando a convertirse en un clásico que aún escuchamos en nuestros días.

Muchos grupos quisieron sumarse a la moda y crear sus videoclips, pero las discográficas se negaban por el desconocimiento del negocio. La C.B.S. probó suerte creando dos vídeos del disco Thriller, de los singles *Billie Jean* y *Beat it*, y el éxito fue rotundo. John Landis, famoso realizador de cine, dirigió el vídeo de *Thriller* (1983,John Landis). Se produjo de forma similar a un cortometraje, y desde entonces esta fórmula se ha convertido en la marca de Michael Jackson.

En España, los primeros vídeos musicales que encontramos son *La estatua del jardín botánico* (1983, José A.Maillo y RCR), de Radio Futura, y *Embrujada* (1984), de Tino Casal. Anteriormente, cabe mencionar la película *Dame un poco de amor* (1968, José María Forqué), protagonizada por el grupo Los Bravos, que incluye una escena de animación realizada por los hermanos Moro, dibujantes conocidos por sus trabajos para televisión. En los ochenta, algunos programas de televisión, como *Caja de Ritmos* o *La bola de cristal,* ofrecían música y videoclips.

En aquella misma década, la *Warner Communications* y la *American Express* se unieron formando la W.A.S.E.C. (Warner Amex Satellite Entertainment Company). Tras probar suerte con un programa de videoclips en la cadena *Nickelodeon*, creó una cadena de televisión por cable exclusivamente dedicada a la emisión de videoclips: MTV (*Music Television*), el 1 de agosto de 1981, con unos cuatro millones de suscriptores iniciales. Desde que se inauguró, este canal ha ido formando la experiencia, interpretación y consumo del público de música popular en Estados Unidos. Más tarde, pasó a ser *MTV Networks* y hoy en día cuenta con más de 71 millones de suscriptores en E.E.U.U. y trescientos en el resto del mundo.

A partir de ese momento, comenzaron a surgir cadenas y programas completos dedicados al vídeo musical, hasta el punto de convertirlo en el acompañante perfecto de otras tareas, llegando a introducirse en bares y discotecas. El público juvenil se unió a esta moda, y aún hoy es el principal público del videoclip. Tanto directores ya famosos como *amateurs* se atrevieron a realizar videoclips. Este género es el resultado final, suma de las innovaciones y evolución del lenguaje audiovisual.

La emisión de videoclips a través de la MTV en su fase inicial terminó de sentar las bases y las estrategias narrativas del nuevo género. Durante esta fase, los primeros fans, público objetivo, eran hombre blancos, heterosexuales y de habla inglesa. La campaña publicitaria *"I want my MTV",* demuestra el carácter individual que se promovía en un principio desde la cadena. La primera división entre la raza, blanco/ negro o americano/inglés, aparecía en la mayoría de los videoclips de los 90 de la MTV, pero pronto aumentó la presencia de latinos, asia-americanos y otros artistas no europeos. La gran popularidad de algunos artistas afro-americanos, como Michael Jackson, alteró la política racial de los contenidos de la cadena, y abrió las puertas a más artistas de color y músicos de rap. El contrato con la raza, la etnia y lo transnacional en la escuela del videoclip quedó por debajo de su desarrollo.

Más tarde, el papel de la mujer en el vídeo musical ha dado lugar a numerosas investigaciones, ha sido

analizado y discutido por distintos expertos en el tema. Según gran parte de ellos, el videoclip supuso una oportunidad histórica para la mujer, que dejaba su papel como vocalista secundaria para adquirir más relevancia y convertirse en narradora omnipotente en el videoclip narrativo. Pero de modo paralelo, la imagen de la mujer en el videoclip evolucionaba hasta ser considerada como objeto, tema que daría lugar a otra investigación profunda y densa.

De 1982 a 1986 el videoclip evoluciona, son años de gran proliferación y desarrollo del género. A él se suma colorido y nuevos efectos. Por su parte, la MTV fue adquiriendo influencia y poder. También aumentó el número de directores y trabajadores del vídeo musical. En esta década, los realizadores de videoclips pasan del anonimato a la fama. Surge una nueva generación de directores. Entre ellos, destacan Bruce Gowers, Patricia Birch, Mark Romanek, Peter Christopherson, Nigel Dick, Tim Pope, Samuel Bayer, Jonas Akerlund, Paul Hunter, Anton Corbjin, Stephane Sednaoui, Alex Proyas, Fioria Sigismondi, Steve Barron, Kevin Kerslake, Spike Jonze, Jean-Baptiste Mondino, Hype Williams, Alan Arkush, Marcello Anciano, Merce Cunningham o Michel Gondry, de diferentes estilos.

Posteriormente, la informática y las nuevas tecnologías salvaron al género. Se desarrollaron nuevas formas de animación computarizada, un conjunto de técnicas utilizadas en el ordenador para generar la sensación de movimiento. La técnica del collage o mezcla de imágenes fragmentadas se acentúa con el vídeo arte o *assemblage*, que une las imágenes de dos medios o fuentes diferentes. Se empezó también a usar el remix o *deep remix*, mezcla de diferentes medios y estilos. El ejemplo más claro es *Hard Woman* (1986), de Mick Jagger. En los noventa se diversificaron los géneros musicales, y también el vídeo musical. Actualmente vemos vídeos de Gondry, Sednaoui, Nigel Dick, Julien Temple, David Fincher o Alex Proyas, entre otros.

La evolución de la MTV es un fenómeno internacional, multilingüe y cultural. Al pertenecer a la televisión, se le suman las ventajas de las nuevas tecnologías y forma parte de la comunicación de masas. Pero la mezcla entre razas o etnias representadas en los medios de comunicación no es coincidencia, a menudo está estratégicamente vinculada al beneficio económico de obtener ambas audiencias, en resumen, al capitalismo. Sin embargo, la interpretación del videoclip como género híbrido se ve limitada por aspectos geográficos y culturales. Finalmente, el videoclip se forma como género audiovisual al alcanzar un estilo propio que lo diferencia de otros géneros y al presentar una intención determinada. El papel del videoclip como herramienta de análisis persiste, concretamente analizando las clases sociales,



las identidades etno-raciales, el género y la sexualidad.

En la actualidad, el videoclip sigue siendo difícil de definir, como se ha indicado desde un principio. El videoclip es un formato en constante innovación e investigación o vanguardia. Como apuntan autores como Leguizamón o Sedeño, se trata de un formato periférico que define a la cultura postmoderna. Aunque este género es claramente comercial, con el tiempo el videoclip ha dejado a un lado su papel como herramienta de promoción para volver al carácter experimental en la unión de música e imagen que tuvo en sus inicios. Existen multitud de ejemplos de colaboración entre artistas de la imagen y de la música, como Bill Viola y Edgard Verèse en *Déserts* (1994) o Steve Reich y Beryl Korot en el vídeo-ópera *Three Tales* (2002).

Además de las posibilidades propias del audiovisual, también prevalece un clima de cultura y de continua innovación en el videoclip. Incluso la MTV y la accesibilidad a las nuevas tecnologías contribuyen a la formación de nuevas formas híbridas que unen vídeo y música. En su libro *Analysing Musical Multimedia* (1998), Nicholas Cook explora las vías en que la música y el sonido pueden funcionar en relación con otros medios para crear lo que él llamó "significado emergente". Cook trata la forma de acercarse al análisis de la construcción del significado a través de la combinación de la música con otro medio. Una pieza de música o sonido puede sugerir o asociarse a un significado cultural o personal; una secuencia de imágenes puede sugerir un significado o sentido distinto. Con todo, la combinación de imagen y sonido tiene un gran potencial para crear nuevos significados, y esos significados cobran sentido y se interpretan dentro de una cultura.

5.1.4.Relación entre videoclip y publicidad

Si el videoclip nace vinculado al vídeo por una parte, y al cine musical y la música por otra, no podemos obviar su mayor semejante: el *spot* publicitario. Es cierto que videoclip y spot comparten una serie de características. Ambos forman parte de la mercanarrativa, un conjunto de modalidades narrativas que se caracterizan por servir como "vehículos de objetivos o finalidades publicitarias", como indicó Sedeño en la revista *Signa* (Sedeño, 2007, p. 494). Moreno por su parte (Moreno, 2003, p. 97) define unos rasgos de la especificidad del discurso audiovisual publicitario:

- Discurso aplicado y extraordinariamente elíptico.
- Predominio de la seducción sobre la información.
- Finalidad persuasiva.
- Sometimiento a la audiencia.
- Subordinación consciente a las modas.
- Duración breve.
- Permanencia efímera.
- Medios humanos y materiales múltiples.
- Autoría compartida y subsumida a favor del anunciante.
- Estilemas de marca por encima de los autoriales.
- Constricciones múltiples.

Estos rasgos propios de la publicidad son aplicables al videoclip, con ciertas variaciones. En primer lugar comparten una finalidad persuasiva: se basa en la persuasión, y para ello utiliza un mecanismo seductor. Jesús González Requena habla del discurso retórico frente al discurso preformativo (González Requena, 1995, p.23). El discurso publicitario es performativo (presupone una acción posterior) y transitivo (porque diferencia el enunciador del enunciatario y se refieren a una tercera persona "Él", el producto referente). La seducción, en cambio, es intransitiva (la relación de consumo es inmediata, sin necesidad de un acto posterior). La seducción se basa en una función fática. Por esta misma razón, tanto el *spot* como el videoclip son capaces de convertirse en objeto por sí mismos. Caso similar es el de la publicidad, donde Charles Revlon corrobora "En nuestra fábrica, hacemos lápices de labios; en nuestros anuncios, vendemos esperanza." (*Comunicar 5*, 1995, p.21).

En publicidad, el cliente o anunciante se pone en contacto con una agencia para promocionar su producto, ya sea un bien o un servicio. La agencia puede ofrecer diferentes medios de comunicación en los que hacer visible el producto y acercarlo así a un público objetivo o *target*, el consumidor final a quien se dirige el anuncio. En muchas ocasiones se realiza toda una campaña publicitaria para dar publicidad en diferentes medios de manera simultánea, adaptando el diseño ideado a los distintos soportes publicitarios. El videoclip es emitido en medios como la televisión o internet, e incluso se vende en formato D.V.D.

Tanto el videoclip como la publicidad utilizan mecanismos de seducción y acuden a recursos retóricos y formales para captar la atención del target. Pero los spots son más rígidos textualmente y de mayor carácter comercial.

El videoclip surgió en los setenta como estrategia de marketing, apoyando la venta del disco de un grupo o cantante. En este sentido, surge para publicitar la música imperante: *pop* y *rock*, y más tarde sus hibridaciones. En la realización del videoclip, participan las industrias discográfica, de la producción audiovisual y la televisiva. Primero, la industria discográfica contrata a un grupo o artista. Para su promoción, mandan crear un videoclip a una agencia o productora audiovisual, que posteriormente se pone en contacto con distribuidoras para ofrecer el videoclip a diferentes cadenas de televisión.

Además de utilizar tanto la publicidad como la música el vídeo como soporte, en los dos casos se tratan de vídeos de corta duración. El videoclip es muy atractivo para publicitar algo en un corto espacio de tiempo. Por esta razón, y porque busca captar y mantener la atención del espectador, el videoclip suele tener un *tempo* rápido, llegando a ser vertiginoso, al que sólo iguala la publicidad. El ejemplo más claro de fugacidad es la publicidad televisiva, que ofrece una media de 15 a 17 imágenes por segundo, con los saltos espacio-temporales correspondientes. El cambio de plano viene definido por el ritmo, no por la acción como sucede en cine o televisión.

El videoclip suele durar de tres a seis minutos, y da forma visual a una canción pre-existente. La velocidad en el videoclip es rápida. En poco tiempo, se debe dar a conocer el producto y presentarlo de la mejor manera posible para que el público objetivo lo consuma. Existe una puja intensiva, no hay tiempos muertos, es lo que Jean-Marie Vernier llama "pulsación visual" (Vernier, 1986, p. 131). Ésta es una de las características básicas del videoclip actual: el dinamismo, el movimiento en todos los sentidos.

En ciertas ocasiones, algunos artistas producen vídeos musicales de larga duración, hasta diez minutos, muy cercanos a la experiencia cinematográfica. Al igual que ocurre con videoclip y cine, videoclip y spot comparten profesionales, trabajadores del audiovisual especializados en las distintas fases de producción.

Siendo en la mayoría de los casos vídeos de corta duración, se recurre mucho a la edición por corte, las elipsis temporales y la sucesión de imágenes en un tempo rápido, que suelen ir acompañadas de música. Las connotaciones y ambientación que proporciona la música ofrecen un juego importante a la publicidad. En el videoclip es la música la que normalmente fija el ritmo y duración de las imágenes.

Los publicistas han investigado a fondo las posibilidades de la música como vehículo para vender sus marcas o productos. En muchos casos se utiliza el videoclip como medio para vender la propia imagen de los artistas, así como todos los elementos que conforman esa imagen. En este sentido, el videoclip sirve como medio para que las empresas lleven sus productos a los televisores, ordenadores y móviles de todo el mundo. En muchas ocasiones, estas empresas aprovechan la repercusión que tiene el vídeo musical en el público joven para acercarse a éste.

Según McCracken, al igual que la publicidad, el videoclip sirve como mecanismo para transferir el significado cultural de las marcas a los consumidores (McCraken, 1988, p.120). Las marcas sirven a los jóvenes para tomar una posición social y, en general, para imitar a sus artistas favoritos. El vídeo musical para televisión se ha inspirado en gran parte en los productos de la cadena MTV para el consumo postmoderno de cultura.

5.2.Evolución del videoclip en los medios de comunicación

5.2.1.De la televisión a las nuevas tecnologías





En la década de los ochenta, la promoción audiovisual de los grupos o cantantes españoles se limitaba, en general, a su actuación dentro de algún programa televisivo. En estos vídeos, se recurría a la edición y postproducción para crear el ritmo audiovisual y la estética de vídeo musical, utilizando transiciones,

superposición de planos, tratamiento de la imagen, etc. Estos vídeos se producían en espacios interiores por cuestiones económicas, ya que exigen menos tiempo y menos recursos técnicos. Sólo algunos autores como Tino Casal o el grupo Radio Futura prestarían más interés y tiempo a la realización de sus videoclips.

A finales de la década, algunos grupos españoles buscan la proyección internacional y crean unos videoclips más elaborados con mayor presupuesto. Destacó el grupo Mecano, que tras su éxito en España triunfó también en Francia con su tema *Mujer contra mujer*; y el grupo Hombres G, reconocido en Latinoamérica, que llegó a protagonizar dos películas: *Sufre mamón* (1987) y *Suéltate el pelo* (1988).

En 1987 comienza a emitir MTV Europe. Este canal dedicado a la música publicaba videoclips de alta calidad, lo que afectaría al desarrollo del videoclip nacional. Las productoras españolas necesitaban una mayor inversión y esfuerzo en sus creaciones si querían mantener sus vídeos en el mercado, ser competitivos y gustar al público.

En los noventa, prosperan los principales sectores de la industria cultural. En televisión, finaliza el monopolio de las televisiones públicas y comienzan a emitir Antena 3, Tele 5 y Canal+, en la modalidad de pago. Participan así los primeros grupos mediáticos extranjeros en el sistema audiovisual español, como Mediaset en Tele 5. Se abarataron y ampliaron los espacios televisivos, y se desarrolló la televisión vía satélite y por cable. Pese a la mayor oferta televisiva, la producción de videoclips por parte de las discográficas no varió. La mayoría de los programas musicales continuaron con el modelo de los ochenta y la presencia física del grupo o cantante.

El éxito de algunos grupos en Latinoamérica y el desarrollo de nuevas cadenas de televisión europeas dedicadas al videoclip, harían que las discográficas y productores musicales españoles apreciasen la importancia de realizar un videoclip de calidad, aumentando las inversiones en este género. Además, empresas multinacionales se hicieron con la producción, la distribución y los medios de promoción, absorbiendo a los pequeños sellos discográficos que surgieron a raíz de la Movida. Entre canales musicales, como VH1 (1986) y MTV Europe (1987), surgen otros de nueva creación, como Sol Música (1997), 40TV (1998) y 40 Latino (2001).

A finales de los noventa, el mercado se concentraba en mano de pocas empresas discográficas que

pretenden dominar los diferentes sectores de la industria. Son grupos mediáticos que quieren llegar a un mayor número de personas desde los diferentes medios. La estrategia comercial se basa en lanzar campañas promocionales de un producto desde los distintos sectores de producción (musical, audiovisual y merchandising). Estas campañas suponen una alta inversión y un alto riesgo, pero a su vez ganan la eficacia de la interacción de los medios para la promoción de los productos.

Hasta ese momento, la promoción de un artista o grupo español se centraba en la radio musical (40 Principales, Cadena 100), la actuación en algún programa de televisión y la gira de conciertos. Con los nuevos sistemas de televisión, se mejoraron las campañas de promoción, otorgando gran importancia al videoclip y la grabación en vídeo del directo. Nace la cultura de consumo audiovisual, y se refleja en la industria musical. Al gustar cada vez más el videoclip, aumenta su demanda y se disparan las ventas.

El videoclip se consolida como un género más, y cuenta con personal especializado en este arte. Ha sido la renovación más rentable dentro de televisión, y ha llegado más a la población que otras artes o medios de comunicación anteriores. Hoy en día, el mercado musical es una de las industrias culturales que más beneficios obtiene en todo el mundo. Como se ha indicado en anteriores apartados, en principio la música se compone de forma independiente y posteriormente se produce el videoclip. Pero ambos, música y vídeo, se crean ya teniendo en cuenta el cruce entre medios. Ya incluso las discográficas producen el disco y el videoclip al mismo tiempo para lanzarlos juntos al mercado.

Gracias al desarrollo de la tecnología, se han multiplicado las posibilidades de ver vídeos musicales: paradas de metro, bares, tiendas, páginas webs, móviles… Tras la inclusión de música en vídeojuegos, en el diseño de páginas webs y en el *iPod*, se han desarrollado los llamados *smart phones* y los dispositivos de pantalla táctil, como el *iPad*. Esto ha supuesto una nueva revolución en las tecnologías, así como en el consumo del audiovisual.

Con las nuevas tecnologías se modifica todo el panorama audiovisual, dando paso a la era del vídeo *on-line*. Aproximadamente desde el 2008, las promotoras de música han producido vídeos sobre música previamente grabada o música en directo para plataformas on-line. El vídeo a través de la red se ha convertido en una herramienta imprescindible en todas las áreas, y se produce de forma simultánea para las diferentes plataformas, incluidos ordenadores, móviles e iPods. Cambia la forma de consumir audiovisual, afectando a la sociedad y su cultura.



De modo inverso, los videoclips recogen y muestran las modificaciones del entorno, de esa sociedad. Se reflejan modas, la evolución de la tecnología respecto a la imagen, las innovaciones en la música. De hecho, el videoclip es una de las principales herramientas utilizadas para lanzar a un cantante o grupo al estrellato, dentro de una cultura determinada. Autores como Landau tratan sobre la importancia del vídeo dentro del marketing digital. Si un videoclip consigue vender su música, la producción y distribución de música se verá afectada por el valor de su vídeo como anuncio, en ocasiones no tanto por el valor del artista en sí.

La industria musical tiene la necesidad de explorar los nuevos campos de comunicación con sus fans. Igual que un artista hoy en día necesita aparecer en redes sociales como Twitter, Facebook o MySpace, los productores musicales deben captar y mantener la atención de su público en la era audiovisual. El formato videoclip es perfecto para ello, e internet es el principal medio que permite estar en continua conexión con la gente.

5.2.2.El videoclip en internet

Algunos investigadores han apuntado hacia la posibilidad de que la esfera global se construye hoy desde los sistemas de comunicación e internet, “particularmente en los espacios sociales de la Web 2.0, como YouTube, MySpace, Facebook y la creciente blogosfera” (Castells, 2008, p. 90). El potencial de internet como espacio de democracia sin coacción da lugar a la innovación en las formas del discurso.

Como se ha visto hasta ahora, en la actualidad el vídeo circula a la vez entre los diferentes medios de la sociedad occidental. Ya en el siglo XXI canales como MTV, antes muy especializados en videoclips, se han alejado poco a poco del vídeo musical, desarrollando otro tipo de programas. Pero lejos de desaparecer, esta situación lo ha hecho más fuerte. Lo que podría acabar con el videoclip ha dado al formato una segunda oportunidad: “Más que acabar con ellos, el rechazo descortés de los videoclips por parte de los canales de cable proporcionó nueva vida al formato” (Austerlitz, 2007, p. 222). Por todo, resulta necesario explorar las nuevas posibilidades del vídeo musical en la red, ya que afectan a su formato y al propio funcionamiento del vídeo como herramienta de comunicación y promoción.



Internet es un medio de comunicación no convencional, que integra a su vez las posibilidades de los otros medios. Pasa a ser un medio fundamental de comunicación y marketing en nuestros días, por su carácter de hipertexto, multimedia e interactividad. Con estas características, internet se convierte en un potente soporte para el videoclip, sobre todo gracias a la tecnología streaming y similares.

El término streaming hace referencia a una tecnología que permite escuchar música o ver un vídeo sin necesidad de descargarlo al completo previamente. Es una herramienta útil para la reproducción de archivos pesados o actuaciones en directo. Pese al desarrollo de la Banda Ancha, la dificultad de difundir vídeos largos en streaming ha dado pie a la proliferación de vídeos de corta duración. El videoclip cobra relevancia y constituye parte importante de los contenidos de la red.

De este modo, si antes la emisión de videoclips correspondía a las televisiones, hoy "los videoclips se han convertido en el territorio de blogueros, *web-sites* musicales y portales de internet en busca de contenidos nuevos" (Austerlitz, 2007, p. 221). Podemos encontrar videoclips en páginas webs sobre intérpretes o grupos, compañías discográficas o cadenas de televisión especializadas. Son escaparates continuos de imagen de marca y portales de venta directa. Cabe destacar que los canales especializados en música y televisión están mejorando su oferta *off line* para hacer frente a grandes webs como YouTube. Por otro lado, la mayoría de los portales genéricos también ofrecen un espacio donde se pueden visionar vídeos musicales.

La Web 2.0 más que una renovación tecnológica supone un mejor aprovechamiento de las posibilidades de internet para la participación de los usuarios. Internet es un medio interactivo, en el que el usuario elige y selecciona la información que desea de forma activa. Pero también participa con la reelaboración de contenidos. Metacafe, MegaVídeo, Dailymotion, Vimeo… son algunas de las webs que han permitido la difusión de vídeos de diversas índoles. La web más conocida e importante es YouTube, que permite a los usuarios subir sus propios vídeos además de las producciones ajenas.

Desde su fundación en abril del 2005, el portal de vídeos YouTube creció rápidamente en todo el mundo. Nace bajo el eslogan *"Broadcast yourself"* (Emite tú mismo), aunque también sirve como medio de difusión para proveedores de contenidos. Sólo cuatro años más tarde, 120 millones de visitantes accedían a 8,9 billones de vídeos en esta página. Hoy, YouTube es la página web de vídeo más visitada, con 35 horas de vídeo bajadas cada minuto. Ha llegado a ser mucho más que una página contenedora de vídeos.

Los propietarios de Google la adquirieron en 2006 por 1.650 millones de dólares (Berton, 2007, p. 311).

Pese a su éxito, YouTube tiene un gran número de demandas por derechos de autor. Hasta hace poco no existía ninguna contraprestación a los artistas o a las compañías fonográficas. En 2006, los propietarios del portal y las majors firmaron un acuerdo por el que YouTube reparte sus ingresos publicitarios a cambio de que las compañías fonográficas suban o permitan el acceso a sus videoclips (Berton, 2007, p. 314). Aun así, algunos artistas y compañías no ven resultados económicos con estos acuerdos.

La combinación de elementos auditivos y visuales humaniza el mensaje que se pretende transmitir, generando un gran impacto en la audiencia. YouTube es la alternativa barata para acceder a la distribución masiva de un vídeo, llegando a una audiencia global sin necesidad de intermediarios. YouTube es atractivo para la emisión de vídeos musicales, así como de vídeos caseros y cortes de televisión. Es un portal que permite el diálogo entre vídeos creados por los propios consumidores. También sirve a muchos estudiantes para aprender mediante vídeos tutoriales, sobre todo relacionados con la tecnología. Algunas organizaciones políticas, activistas y movimientos sociales han utilizado el portal para difundir sus inquietudes y compartir sus acciones.

En definitiva, tiene un gran potencial como libre espacio público para el discurso, dando oportunidad a nuevas formas creativas de expresión. Podemos decir que es un nuevo medio social, Manovich habla sobre YouTube: "La explosión de contenido de vídeo en la Web ha desatado un nuevo universo de medios... Lo que es importante, sin embargo, es que este nuevo universo no era simplemente una versión reducida de la cultura mediática del siglo veinte. En cambio, nos mudamos de los medios de comunicación a medios de comunicación social." (Manovich, 2008, p. 33).

Volviendo a la amplia Web 2.0, con el uso de internet se ha desarrollado el marketing "viral", que consiste en la expansión de un contenido gracias a las recomendaciones entre los propios usuarios. Para ello, los usuarios deben estar contentos con el producto y éste debe ser original, diferente. Son muchos los artistas que han obtenido éxito gracias a un videoclip, pero otros muchos no han llegado ni a ser conocidos. El videoclip requiere de una gran inversión, que se ve recompensada sólo si su difusión alcanza un nivel internacional. Aquí juegan en desventaja las compañías independientes frente a las majors. Muchos artistas han dejado de realizar videoclips porque los costes de producción se alejan de los beneficios que obtendrían tras la promoción.

Sin embargo, el videoclip de bajo presupuesto está en auge, impulsado por las nuevas tecnologías. Ya no se premia la inversión, los usuarios premian la originalidad, la sorpresa o la novedad. Un claro ejemplo es el videoclip del tema musical *Here It Goes Again* (2006), de OK Go, que con cinco dólares de gastos de producción se ha convertido en uno de los vídeos más vistos en la historia de YouTube (más de cincuenta millones de reproducciones) y, posteriormente, uno de los más emitidos en canales especializados como MTV o VH1.

La revolución digital no afecta sólo a la reproducción del vídeo musical, sino también a su producción a nivel amateur o profesional. El abaratamiento de los equipos de grabación y edición del vídeo permiten producir videoclips de bajo presupuesto que, pese a todo, se difunden gracias al streaming y la Web 2.0. Por otro lado, llega la democratización de los mass media, quitando el poder a las grandes compañías. La facilidad para difundir videoclips ha hecho que el género prolifere, e incluso grupos o artistas sin sello o sin disco tienen videoclips de producción propia. De ahí que primero algunos artistas se den a conocer y, a posteriori, la discográfica quiera firmar un contrato. De todas formas, aún hoy el reconocimiento completo de un artista depende de su paso los medios de comunicación tradicionales.

El empleo de internet como medio de difusión de videoclips tiene repercusiones en el género:

- Por una parte, la distribución de vídeo por internet permite llegar a más gente; por otro lado, esta distribución gratuita hace que el negocio de la música corra el riesgo de disminuir sus ventas.

- Con el uso de internet en ordenadores, móviles y otros elementos portátiles, los vídeos musicales se ven a una resolución baja y en pantallas más pequeñas a un televisor.

- Internet permite el visionado completo e incluso repetido de videoclips, permitiendo la elaboración de videoclips más complejos desde el punto de vista narrativo.

- El desarrollo de las nuevas tecnologías y una posible mayor difusión hacen viable la participación del usuario, pero aparecen una serie de efectos negativos, como la baja calidad de los vídeos o la abundancia de vídeos cortos de bajo presupuesto.



Es relevante la evolución del consumidor de videoclips con el desarrollo de internet. Hasta este

momento, el usuario de la web seleccionaba los contenidos a consumir, los puntuaba, los comentaba, los enlazaba… pero realmente el contenido del videoclip no se veía alterado. Existen ya experiencias que permiten la interactividad con el propio formato.

Los usuarios de la Web 2.0 pueden subir sus propios vídeos a webs como YouTube y escribir sus opiniones o columnas como bloggers. Ahora también pueden crear y difundir videoclips propios sobre sus temas musicales favoritos. Es el fenómeno conocido como *user generated content* (contenido generado por el usuario). También adoptan el nombre Users´ Music Vídeos (UMVs), "vídeos creados por fans que unen imágenes de series televisivas, películas y videoclips tradicionales con música que ellos mismos han sampleado y probablemente mezclado en casa" (Milstein, 2007, p.31). En la mayoría de los casos se tratan de vídeos formados por fotografías o fragmentos de otros vídeos editados previamente. Son, en general, los conocidos como vídeos no oficiales. Incluso MTV quiso sacar partido al fenómeno *user generated content* con MTV Flux, que durante su corta vida emitió todo tipo de vídeos creados por los usuarios y seleccionados por la audiencia. Estos vídeos no tienen una finalidad promocional por parte del usuario que lo crea, pero realmente influye de forma positiva en la difusión de un grupo o artista.

Otras experiencias interactivas son los webeos o *web interactive vídeos.* Son vídeos creados exclusivamente para internet, en los que los usuarios pueden participar de forma activa modificando, mezclando y editando el vídeo. MTV compró el dominio www.webeos.com y desarrolló videoclips interactivos para artistas como Busta Rhymes, Moby y Björk.

Las últimas tendencias de la web son el *outsourcing* y el *crowdsourcing*. El concepto outsourcing consiste en recurrir a una empresa externa, ajena, para realizar un trabajo con el fin de ahorrar costes y aprovechar la especialización de otras empresas en la tarea. El crowdsourcing deriva de ese concepto, y ofrece a un conjunto de personas anónimas la posibilidad de participar en un trabajo, normalmente de carácter intelectual, aprovechando internet.

Desde la historia del cine, la música fue poco a poco desarrollada e incluida en la narrativa y en la dimensión emocional de la obra. Con el videoclip, las imágenes y la música se unen en un formato. La dimensión visual de la música es cada día mayor. La imagen suma al efecto de la música estimulación, información y entretenimiento. Entre esa información, el vídeo nos da un índice del estilo cultural que afecta al consumidor, llevándolo a buscar nuevas músicas o a comprar ésta. Como indica Fabián Holt en

su tesis (Holt, 2007, p.52), la música es un arte definido por el audio, pero la distribución, presentación y demostración cada vez es más visual. En la actualidad, la finalidad del videoclip en la web es la promoción, pero en un futuro sería posible la venta directa del vídeo previo pago, como ocurre en *iTunes*. Es previsible que el vídeo musical se siga desarrollando en base a la relación entre la música y su consumo, hacia la interactividad y lo multisensorial.

5.2.3.Nuevos modelos de distribución por la red

El vídeo musical, así como los documentales musicales, funcionan como mecanismo de marketing y como producto del artista. Al igual que ocurre con otros productos de consumo, los estudios de mercado permiten a los productores y realizadores de videoclips conocer los gustos de la audiencia a quien se dirigen.

Hoy, se unen música e imagen en el llamado "vídeo oficial" para hacerlo único, especial, y diferenciarlo de otros, como los vídeos de estudio o vídeos del directo que circulan por la red. Es el modelo de distribución más desarrollado y más habitual que podemos encontrar en internet. Desde este punto de vista es necesario redefinir el concepto de distribución, entendido aquí como la relación comunicativa que se establece entre la industria y el consumidor a través de las tecnologías de la comunicación.

Pero internet permite además que el artista pueda distribuir sus obras sin necesidad de firmar contrato con un sello discográfico. Mediante vídeoblogs o buscadores de vídeos como YouTube, podemos observar que no sólo existe un vídeo oficial del tema, sino una serie de vídeos, versiones, que los propios artistas o los fans hacen, cuelgan y reproducen, aumentando el alcance de dicho tema. Así, en la actualidad se multiplican las opciones y son numerosos los modelos de videoclips que están a nuestro alcance: emulando un concierto, estilo performance en diferentes localizaciones, con argumento, abstractos y experimentales, tipo documental, con *stop-motion* y animación por ordenador…

Sin embargo, en toda la industria musical y en todos los géneros la actuación en directo se distribuye y comercializa como nunca antes lo había hecho. Esto se debe en gran parte al valor que adquiere el directo al ser una actuación única. Se trata de un documento audiovisual editado y trabajado en postproducción.

Gracias a la evolución de las tecnologías e internet, han surgido tres modelos nuevos y diferentes de distribuir el vídeo musical a través de la red.

El primer modelo de distribución es el concierto on-line. Se trata de la exhibición de un concierto con la autenticidad del directo a través de pantallas de cine, televisiones u ordenadores en tiempo real. Pretende acercar el público a la música en directo, utilizando como intermediario un único *interface*. El concierto en directo está dirigido a una pequeña proporción de audiencia. El consumo de música en directo a través de los medios es una experiencia relativamente nueva, que permite llegar a un mayor número de oyentes. Los valores del consumo de música en directo se pierden con la intervención de los medios. Hoy en día es realmente similar la experiencia del vivo en el lugar y en el momento a la experiencia como audiencia a través de una pantalla. Un caso es el de la Orquesta Filarmónica de Berlín, organización que ha creado su propia web para la emisión de conciertos on-line.

El segundo modelo se caracteriza por distribuir un concierto o evento cultural que llega a ser un evento mediático, dirigido al público mayoritario. Es un concierto extraordinario, único, por lo que a veces se construyen *webcasts* exclusivamente para el evento, aunque posteriormente se pueden redistribuir por otros medios, como los blogs o YouTube. Una ventaja de este modelo de distribución es la facilidad de expansión, gracias a que los fans graban y redistribuyen estos vídeos. Por otro lado, es preferible para los productores realizar un vídeo en directo e incluir el valor del directo dentro de la promoción del grupo o artista. En muchas ocasiones, posteriormente se vende el DVD o Blue-ray con el concierto.

Como último modelo de distribución, los vídeoblogs nacen de la idea de dar salida a una serie de vídeos musicales o reportajes que son consumidos por un público minoritario o no tienen cabida en televisión. Este tipo de distribución transmite realismo y ayuda a acercar tanto la música como los artistas a la audiencia. Con las entrevistas y reportajes, esta audiencia puede acceder rápidamente a la información que desean.

5.3.Bases teóricas para el análisis audiovisual del videoclip

5.3.1.Estudios previos de la sociedad en el videoclip

A lo largo de la historia se han realizado numerosas investigaciones acerca del videoclip y su relación con la sociedad. Es interesante la interpretación que realizan autores como Diane Railton y Paul Watson (2011), en su libro *Music Vídeo and the Politics of Representation.* Tratan del vídeo musical en términos de políticas post-feministas, géneros convencionales y autenticidad, la construcción racial del negro o el blanco y la cultura latina, y la subjetividad masculina. En los capítulos segundo y tercero de dicho libro, examinan y diferencian cuatro categorías de videoclips: el pseudo-documental, el vídeo artístico, el narrativo y el vídeo del concierto tipo performance.

Pocos investigadores han estudiado la interpretación de la imagen en el videoclip. Por ejemplo, Sun y Lull (1986) descubrieron que los jóvenes disfrutan viendo los videoclips, considerándolos un apoyo visual o una forma de dar significado a la canción. Un año más tarde, Greenfield (1987) concretó tras su estudio que en el rock la canción sola transmite más emoción que la canción acompañada de imagen, pero los más jóvenes entendían mejor la letra gracias a la imagen. La imagen limita el sentido de la canción, de hecho tras numerosos estudios se ha determinado que algunos espectadores consideran que el videoclip frena la imaginación del oyente.

Wells y Hakanen (1991) descubrieron tras su investigación que la audiencia más joven utiliza la música en la radio, discos o videoclips con fines emocionales, como un modo de tranquilizarse o relajarse, sobre todo las chicas. Toney y Weaver (Toney y Weaver, 1994, p. 581) por su parte descubrieron que existían diferencias de género en la predilección entre rock duro o rock suave, pero el género apenas tiene relevancia en la construcción de emociones ante un videoclip. Otros autores como Ann Kaplan (1988), Andrew Goodwin (1993) y Fredric Jameson (1991) han analizado los videoclips desde la teoría cultural postmoderna.

Entre los estudios sobre el espectador del videoclip, destacan los de Lena (2008). En la representación de la lucha entre clases en América, Lena investigó y profundizó en el concepto "voyeurism". Tal y como la palabra *voyeur* define a aquellos espectadores que se dedican a observar situaciones o relaciones sociales, los voyeurs del videoclip son los espectadores blancos que observan el rap negro, y disfrutan de



sus videoclips al ver la situación o el modo de vida del otro. Es una especie de turismo racial al observar mediante el videoclip los estereotipos de una raza o cultura diferente.

Muchos investigadores se han dedicado a analizar qué imágenes aparecen en televisión, pero actualmente el debate está precisamente en cómo esas imágenes adquieren un significado a través de la interpretación del espectador. Hart argumenta que para entender una imagen, uno debe entender primero la ideología que existe tras ella (Hart, 1997, p. 189). Autores como Philip Hayward (1998) o Antti-Ville Kärjä (2007) analizan la influencia de la cultura global en los videoclips de pequeñas comunidades. Según Lena, la re-articulación de los estereotipos en muestras de cultura popular revela diferencias de los subgrupos que las representaciones de la clase dominante no muestran, dejando ver la relación que se establece entre la representación y el poder.

Hay numerosos investigadores que se dedican a profundizar en la percepción del videoclip por parte del público. Middleton investiga acerca de la recepción de los vídeos musicales, y analiza el tema de Pink Floyd's *The Dark Side of the Moon* (1973) frente a la música creada para *El mago de Oz* (1939), de Victor Fleming. Se diferencian así, apareciendo por separado, el álbum de la película. Middleton llegó a la conclusión de que un tema podía tener dos posibles significados según su presentación: el tema musical de forma independiente o combinado con las imágenes. Por ello, considera necesario analizar la experiencia del receptor, si es oyente o espectador.

En cuanto los medios audiovisuales comenzaron a competir por captar la atención de los espectadores, aumentó el interés por analizar cómo el espectador interpreta las imágenes. Con el nacimiento de la MTV pronto se pasó a descifrar y categorizar esas imágenes. Como Strasburger explicó, "Existe la preocupación de que el poder de la música y las letras se magnifique cuando se le añaden imágenes visuales, aumentando el riesgo de efectos nocivos en la gente joven.". (Strasburger, 1995, p.86). [Traducción propia].

García Canclini, en su texto *Culturas híbridas* (Canclini, 2001, p.18), habla del proceso de hibridación cultural contemporáneo, poniendo al videoclip como ejemplo paradigmático de ruptura con los grupos culturales ya diferenciados y jerarquizados, aumentando la dificultad para diferenciar entre lo culto, lo popular y lo masivo. Este formato llega a erigirse como una excepcional herramienta de teorización sobre el imaginario de la vida contemporánea para los estudios socioculturales.

Desde el punto de vista antropológico, el vídeo tiende a reforzar el proceso de producción de las imágenes de uno mismo y a reflejar el mundo que le rodea. Partimos de la idea de que el vídeo es hoy en día una herramienta clave para la producción de identidades culturales. La sociedad occidental vive bajo la llamada cultura de masas. Las compañías de comunicación promulgan una cultura hegemónica llena de contenido político. Según explicaba Fredric Jameson (Jameson, 1991, p.98), existe una “dominante cultural” en la sociedad occidental, y sus características principales son:

- El individuo es protagonista.
- Nueva superficialidad: se relaciona a una nueva cultura de la imagen, estética y simulacro.
- Nueva emocionalidad: basada en lo individual, hedonista y placentero.
- Debilitamiento de la historicidad: sólo importa el presente.
- Profunda relación entre los rasgos antes mencionados, que a su vez constituyen la materialización de un sistema económico internacional nuevo.

Todo se resume en las industrias culturales. Hoy la cultura es una industria. Con la llegada de la sociedad capitalista, se crean nuevas necesidades vinculadas a una cultura de masas y ya no sólo se venden productos, sino que también se vende estilo, imagen, valores, etc., de manera que quien adquiera ese producto, adquiere ese estatus diferenciado. Al establecerse esta sociedad de consumo, se establece también la influencia de los medios en ella, como se apuntó en el apartado sobre cultura.Cada día, los medios crean significados a través de la imagen del cuerpo y del papel de los diferentes sexos y las clases sociales. No influyen sólo en la identidad a nivel personal, también a nivel nacional. Como indica Mahon (Mahon, 2000, p. 471), la cultura popular ejerce influencia en la identidad a nivel nacional. Las imágenes muestran un estilo de vida, una identidad común. En el estudio del papel de los medios en la creación de una identidad nacional adquiere un papel importante la diversidad lingüística de esa nación o estado. Como se indicó en el apartado 3.1.5, las minorías ayudan a crear dicha identidad.

El potencial de los medios reside en que la audiencia juega en la construcción y reconstrucción de las identidades y las diferencias frente a otros consumidores. En el caso del videoclip, el espectador es un

espectador activo y receptivo. Su propio interés en cierta música le lleva al consumo de vídeos musicales, y mientras observa el vídeo está imaginando y analizando las imágenes. Los consumidores de medios pueden extraer de los vídeos significados múltiples, simultáneos e incluso opuestos de los productos culturales. En ocasiones la edición del vídeo aleja la idea inicial del creador de la idea percibida por los espectadores.

El videoclip es una de las prácticas culturales más extendidas, sobre todo entre los jóvenes. El vestuario, la música y determinados objetos colaboran en la construcción identitaria de este sector de la sociedad. Ellos buscan referentes ideológicos y éticos, algo con que identificarse, y la industria de la música y el videoclip aprovechan esto para vender sus productos. En este punto, hay que tener en cuenta que, al igual que en otros géneros, es posible la manipulación ideológica a través del videoclip. Como indica G.Lipovetsky a lo largo de su libro *El imperio de lo efímero* (1990), los medios tienen cierto potencial moralizante sobre los individuos. Es la llamada moral sentimental mediática.

Por otra parte, desde la cultura popular se aprecia la lucha entre clases. Partiendo del estudio de autores como Antonio Gramsci y Stuart Hall, las formas y prácticas culturales tienen una relativa independencia de la estructura socio-económica. La cultura popular es de ese modo un lugar de crítica a la lucha entre la clase dominante y los grupos subordinados. Como se indicó en apartados anteriores, estos grupos no se resisten a la clase dominante, se adaptan. Los vídeos musicales nos ofrecen la posibilidad de ver la diversidad cultural y lingüística de una comunidad.

Como indicó Román Gubern en el "I Seminario, Historia del arte y creación mediática" (2006), "El videoclip es un medio propio de la era de la televisión, que se dirige a generaciones formadas en una aculturación televisiva -y no literaria-(…) Este dispositivo forma parte del paisaje cultural posmoderno, creando en el seno de la cultura pop nuevas poéticas, caracterizadas por un intenso proceso de intertextualidad y de mestizaje, hasta el punto de que Néstor García Canclini, en su libro *Culturas híbridas*, los caracteriza en la categoría de intergéneros.".

Todos estos estudios previos demuestran que la modalidad del vídeo sirve, por tanto, para transmitir el significado o el proceso de producción de conocimiento dentro de una cultura. El videoclip actúa como reflejo de un fenómeno o situación social, y a su vez hace un examen crítico de la misma. Finalmente, serán los espectadores quienes terminen de dar significado y sentido al vídeo.

5.3.2.El análisis audiovisual

Llegado este punto de la investigación, es conveniente considerar el análisis audiovisual como la herramienta más útil para estudiar el videoclip. Martín Arias (1988) sostiene que existen dos posible modos de acercamiento al estudio del cine, según se tenga en cuenta el hecho cinematográfico o el hecho fílmico. El primero, contempla los análisis sociológicos, políticos, económicos, ideológicos e históricos, así como la ficha técnica, todo lo que remite al contexto y es externo al filme. El hecho fílmico, por su parte, hace referencia al texto, al contenido del filme en sí, la interrelación de una banda imagen y una banda sonido. La base del análisis de contenido es el hecho fílmico.

Así se pueden distinguir dos niveles de análisis de contenido: Uno referido a los datos técnicos y aquella información que sirva para identificar la obra audiovisual; y otro referido a los datos semánticos, al contenido del mensaje desde el punto de vista denotativo y connotativo. En esta investigación se utilizarán ambos tipos de análisis, poniendo mayor empeño en el análisis del contenido de los videoclips.

La aplicación del análisis estructural al filme fue propuesta en 1960 por Roland Barthes. Ocho años después, Umberto Eco consideraría los fenómenos de comunicación como sistemas de signos que pueden estudiarse relacionando cada mensaje concreto con los códigos generales de emisión y comprensión. Una vez sentadas las bases teóricas, Raymond Bellour publicó en 1969 en *Cahiers du cinema* (216) un análisis plano por plano de la película *Los pájaros,* de Hitchcock. Consideró al filme como un sistema de signos, cuyo sentido nace en la sucesión de imágenes organizadas en una progresión lógica de simetría y asimetría. De este modo aplicaría a las imágenes categorías dicotómicas:

- Encuadre del plano: próximo-lejano.
- Mirada del personaje: ver – ser visto.
- Movimiento de la cámara: fijo – móvil.

En 1971 Metz definió el código como la “lengua” del cine y ahondó en las codificaciones cinematográficas, pudiendo ya distinguir entre múltiples niveles de significación existentes en el filme. Nació así la semiología estructural del cine, clasificando el cuerpo del filme como signos agrupados en categorías.



Metz también consideraba a los mensajes fílmicos como textos, lo que le permitió concebir el análisis textual del filme. Así, las películas comenzaron a analizarse desde la semiología, considerando el objeto significante como unidad de discurso. Este tipo de análisis ha sido criticado por limitarse al cine narrativo, clásico, y hacer una disección del filme, olvidando su contexto. Pero tanto la semiología como el análisis textual han colaborado en comprender el filme como un texto que crea redes de significados internos y externos al propio cine.

En toda teoría de la enunciación aparece también una clara distinción entre historia y discurso. Benveniste (1966) considera al discurso como un relato que solo se puede comprender por su función de enunciación, mientras que la historia es un relato sin señales de enunciación, sin referencia a la situación en que se produce. Gérard Genette aportó a la narratología cinematográfica un análisis minucioso que distinguía relato e historia, y conceptos sobre la voz y el modo de narración. Para el análisis audiovisual se comprenderá la historia como serie de acontecimientos.

Ya en 1990, Francesco Casetti y Federico Di Chio formularon una metodología de análisis interno del filme, recogida en su libro *Cómo analizar un film*. El modelo de análisis audiovisual que proponen Casetti y Di Chio (1996) ha sido la base de numerosos análisis desde su nacimiento. Es un análisis inminente, ya que sólo tiene en cuenta lo que aparece en el film, y no elementos externos. Esto lo hace bastante interesante a la hora de analizar un videoclip. El esquema-guía que ofrecen se podría resumir en estos apartados:

A. Trabajo preliminar:

1-Precomprensión del texto e hipótesis explorativa.

2-Delimitación del campo operativo.

3-Elección del método de trabajo.

4-Definición de los aspectos a estudiar.



B. Etapas analíticas:

1-Segmentar el vídeo.

2-Estratificar entre los componentes internos.

3-Enumerar y ordenar las distintas partes obtenidas.

4-Recomponer y modelizar, buscando la esencia del vídeo.

C. Estrategias de análisis: Significantes, signos y códigos.

A éste análisis se le podría sumar la aportación que Demetrio Enrique Brisset recoge en su libro *Análisis fílmico y audiovisual* (2011):

a. Vínculos (explícitos e implícitos) entre el campo y el fuera de campo.

b. Motivos que hacen a la historia verosímil o inverosímil.

c. Aspecto latente o profundo del significado del mensaje.

Desde el punto de vista narrativo, el análisis audiovisual se basa en la crítica y teorías literarias. Tras un periodo estructuralista de la narratología, Greimas (1966) aportó un análisis semántico de los relatos y esquemas actanciales. Aportaría también junto a Cortés el concepto de Programa Narrativo (PN), como la consecuente sucesión de estados provocada por una relación sujeto-objeto. Se considera que un relato audiovisual es narrativo cuando en el aparece al menos un Programa Narrativo (Peña, 1998, p.50). Vicente Peña ha profundizado en los argumentos que llevan a reconocer un PN en un relato audiovisual:

- Miembros: papeles actanciales o sujetos y objetos.

- Segmentos: relación (conjunción o disyunción) entre sujetos y objeto.



- Procesos: transformaciones de conjunción y disyunción.

Además, dentro del análisis, autores como Ana María Sedeño (Sedeño, 2007, p.500) consideran que se debe realizar una distinción entre los campos que ofrece el videoclip como tal: letra, música e imagen. Otro aspecto a tener en cuenta para el análisis audiovisual es la identificación del espectador.

Muchos autores de los ya estudiados consideran que el análisis audiovisual, en todo caso, debe adaptarse al formato y al contenido de la obra que se analice. En esta investigación se pretende encontrar un modelo de análisis diferente, que permita comprender cómo se muestra y se transmite la cultura andaluza mediante el videoclip de Hip hop andaluz. Para ello, se definirá un modelo de análisis audiovisual basado en teorías y estudios anteriores.

5.3.3.Los componentes narrativos y el análisis argumental

A la hora de realizar un análisis audiovisual, resulta útil y rápido tener clasificados los componentes narrativos que pueden aparecer en la obra. En primer lugar, se encuentran componentes narrativos visuales. Estos componentes pueden ser:

- Componentes técnicos, es decir, el tipo de encuadre y los efectos especiales. Aquí se atenderá a los tipos de planos según su tamaño, la posición de la cámara y el movimiento de ésta. El uso de la luz cinematográfica, su tono y su color, normalmente tiene gran carga simbólica en la obra. Al analizar una obra audiovisual, habrá que definir si la luz es natural o artificial, si es luz día o luz noche, si se trata de interiores o exteriores, así como tener en cuenta otras posibles condiciones atmosféricas.

- Componentes semánticos: el agente, la acción, el tiempo y el espacio.



Los componentes narrativos sonoros, por su parte, son aquellos que escuchamos dentro de la obra. Dentro de esta clasificación, podemos distinguir como componentes narrativos sonoros entre:

- El tipo de sonido: palabra, música o sonido ambiente.

- La representación del sonido: sonido in, sonido off y sonido over.

El análisis argumental o sinopsis consiste en delimitar la trama del filme, primero, y después indicar cómo se desarrolla esa trama, centrando la atención en aspectos como el tiempo, el lugar, los personajes, el ambiente y las acciones que se desarrollan.

Los elementos informativos de carácter semántico dan al filme una identidad que los distingue frente a otras películas. Estos elementos susceptibles de análisis son: agente, acción, ambiente. A continuación se desarrollan con más detenimiento.

- El agente fílmico

En el análisis audiovisual se debe diferenciar entre actores principales, secundarios y extras. De igual modo, hay que estudiar el papel que el autor cede a cada uno, como actante o como personaje:

a) Como personaje, el papel que los protagonistas pueden desempeñar será:

- Plano o redondo: simple y unidimensional o, por el contrario, complejo y variado.
- Lineal o contrastado: uniforme y bien calibrado o, por el contrario, inestable y contradictorio.
- Estático o dinámico: constante y estable o, por el contrario, en continua evolución.

b) Como actante, el papel asignado a los actores puede ser de:

- Sujeto/Objeto: Persona que se mueve hacia el objeto para conquistarlo y a la vez actúa sobre él y el mundo que lo rodea. El objeto representa la meta que el sujeto pretende alcanzar.
- Destinador/Destinatario: El destinador designa el punto de origen del objeto y el destinatario quien recibe el objeto.



- Adyuvante/Oponente: El adyuvante será la figura o figuras que ayuden al destinatario a superar las pruebas impuestas para conseguir el objeto, mientras que el oponente se dedicará a impedir el éxito del protagonista.

c) Según el rol o papel que tendrá que interpretar, el actor podrá ser:

- Activo/Pasivo.

- Influenciador/Autónomo.

- Modificador/Conservador.

- Mejorador/Degradador.

- Protector/Frustrador.

- Protagonista/Antagonista.

Además, los personajes a lo largo de la historia pueden sufrir modificaciones o cambios que Casetti y Di Chio (Casetty y Di Chio, 1990, p.210) resumen en los siguientes:

- De carácter o de actitud.

- Individual o colectivo.

- Explícito o implícito, esto es, efectivo o aparente.

- Uniforme o complejo: De un solo rasgo de la persona o de modo más complejo.

- Lógico o cronológico: Lógico indica con un orden de concatenación causal dado por modificaciones conductuales que obedecen a un diseño preciso y reconstruible; el cambio cronológico viene dado por el paso del tiempo.



- El ambiente fílmico

El ambiente (Casetty y Di Chio, 1990, p.176) tiene una doble descripción: es entorno y es situación. Como entorno, podemos diferenciar entre ambiente pobre (con poco decorado) o ambiente rico (con un escenario completo); y ambiente armónico o disarmónico. Habrá que atender de modo especial los objetos fílmicos que tengan un valor simbólico relevante para un personaje.

En este apartado se deben considerar también elementos visuales pertenecientes a la realidad plástica del audiovisual, como el vestuario, el maquillaje y el atrezzo, elementos decisivos al crear un ambiente.

El ambiente como situación es el ambiente histórico, la referencia temporal o geográfica que aparecen en la obra. Tiempo y espacio serán, por lo tanto, dos aspectos esenciales para contextualizar la obra audiovisual.

El tiempo puede ser un tiempo concreto o abstracto. En función del orden temporal, el relato puede ser:

- Circular: el origen y el final del filme comparten un punto en común siempre idéntico.

- Cíclico: tras la sucesión ordenada de unos acontecimientos, el origen y el final son análogos, pero no idénticos.

- Lineal: es el orden propio de una sucesión ordenada de acontecimientos de principio a fin, pudiendo ser un orden continuado (vectorial) o fracturado (no vectorial).

- Anacrónico: sin orden cronológico definido.

- La acción cinematográfica

A lo largo de la trama, se presenta un problema o situación crítica que debe resolverse. En una primera etapa, se da el tratamiento del problema, planteándose el conflicto y su posible solución. En una segunda



etapa, aparecen toda una serie de obstáculos para llegar a resolver la crisis. Es la fase más extensa e importante del relato fílmico. En la tercera fase, se resuelve el problema y se descubre la solución. Por lo general, aparecen variaciones en las tramas, que pueden mejorar o empeorar la situación.

Por otra parte, el modelo de acción se puede definir desde una estructura lineal, donde hay una única acción, o desde una estructura más compleja, que contenga diferentes acciones que se cruzan, coinciden o divergen. En algunos casos interesa, además, la interpretación de otros aspectos más abstractos o subjetivos del filme.

5.4.Hacia un modelo de análisis

5.4.1.Identificación

Roger Odin plantea el contrato de lectura (Odin, 1988, p.22-26). Considera que la lectura de un texto audiovisual debe basarse en tres principios:

- Coherencia: el análisis es un ejercicio sistemático que se debe realizar bajo una metodología que manifieste coherencia interna.

- Productividad: el análisis debe producir conocimiento o encontrar nuevas significaciones en el filme.

- Exhaustividad: se procurará ser tan completo y preciso como sea posible.

Tomando como base las ideas de Odin, se va a crear un modelo de análisis audiovisual. A este análisis deben acompañar criterios externos, como el intertexto y los contextos, así como la comparación de la obra estudiada con otras manifestaciones sociales.

El análisis del videoclip comienza situando el vídeo en el espacio y en el tiempo. Todos los productos culturales se encuentran inmersos en una cultura determinada. Es la cultura desde una doble vertiente:

los autores y los espectadores. Así, por una parte, es primordial concretar la autoría del videoclip y la situación en que se ha creado. Por otro lado, también es indispensable identificar al espectador, saber a quién se dirige el videoclip y por qué.

Dentro de la identificación, además, se expondrán las principales características técnicas del videoclip como formato, atendiendo a aspectos esenciales como la duración del vídeo y el ratio de la imagen en su exhibición.

5.4.2.Descomposición

Como se ha comprobado, el videoclip es un género aún hoy difícil de definir. El vídeo musical está influido e influye en otros medios, pero como se confirma a lo largo de la investigación se pueden diferenciar una serie de características propias:

- Unión de música, imagen y lenguaje verbal.
- Forma un discurso específico, diferenciado.
- Objetivo: fines publicitarios y creativos.

Para analizar un videoclip, se debe profundizar en la naturaleza de su composición, como ya indicaba Sedeño: letra, música e imagen (Sedeño, 2008, p.136). En cuanto al audio, en general se han realizado estudios e investigaciones que analizan el sonido. Son estudios muy especializados, dirigidos en su mayoría al análisis científico-técnico del sonido como fenómeno de propagación de ondas. Pero en ningún caso estos estudios integran el discurso visual. Desde la etnomusicología tampoco se ha dado gran importancia al estudio del sonido en la era digital. El análisis de la imagen, por su parte, sí cuenta con un gran recorrido histórico de profundas investigaciones, como se ha mostrado anteriormente. Desde la pintura y la fotografía hasta el cinematógrafo se ha analizado la imagen fija y su movimiento, conformándose todo un lenguaje audiovisual con el tiempo.



Al unirse música e imagen en el videoclip, la música adquiere una dimensión visual y la imagen gana relevancia. Este fenómeno ha dado lugar a multitud de opiniones por parte de los estudiosos y expertos. Por un lado, autores como Michel Chion (1990) consideran que tradicionalmente la música se agrega a la imagen de forma subordinada. En cambio, Herzog critica sus ideas en la obra *Illustrating Music: the impossible embodiments of the jukebox film* (2007). Herzog estudia los jukeboxes cinemáticos surgidos entre los 40 y los 60, desarrollando un modelo para el profundo análisis de la combinación de música e imagen de la música popular.

La relación imagen-música en el videoclip supone la yuxtaposición de la banda imagen y la banda sonido. Se puede presentar una relación de causalidad o analogía, es decir, estas bandas pueden ser independientes o estar sincronizadas. De igual modo, la imagen puede transmitir emociones diferentes o puede completar y ayudar a entender la música. Así la unión imagen-música en el vídeo se puede presentar en tres posibilidades o grados de coincidencia (Rodríguez Bravo, 1998, p. 253-254.):

- Unificación: es la sincronía permanente y precisa de dos fenómenos, tal como ocurre en el doblaje.

- Sincronía casual: la sincronía se manifiesta de forma puntual e imprevisible por lo que los fenómenos se perciben como totalmente independientes. Es el caso completamente opuesto al anterior e igualmente radical y extremo.

- Sincronía estética: se concreta mediante puntos de sincronización rítmicamente distribuidos y, por tanto, no casuales y previsibles. Produce un fuerte efecto de fascinación en el receptor o espectador.

Como dice Chion en su libro *La audiovisión*: "(…) la posición particular de la música es la de no estar sujeta a barreras de tiempo y de espacio, contrariamente a los demás elementos visuales y sonoros, que deben situarse en relación con la realidad diegética y con una noción de tiempo lineal y cronológico. (…) Se habrá reconocido aquí la fórmula del clip, que sirviéndose de una base musical que reina sobre el conjunto, y con la única limitación de sembrar aquí y allá unos puntos de sincronización con la intención de casar la imagen y la música de manera flexible, permite a la imagen pasearse a su gusto por el tiempo y el espacio. En este caso límite ya no hay, por decirlo así, escena audiovisual anclada en un tiempo y un espacio reales y coherentes." (Chion, 1993, p. 83).

El videoclip está dirigido a la emoción, a las sensaciones primarias. En el marco de las industrias culturales, el videoclip tiene finalidad creativa y publicitaria. Con la creatividad, el vídeo intenta causar placer estético a su *target,* atraerlo y llamar su atención. Pero se trata de una producción en serie, masiva, y dirigida a la mayoría para la promoción. Puede aparecer un conflicto entre los intereses del creador y las exigencias del mercado.

Es evidente que con el videoclip la música elige una única forma visual de representación, y de ese modo se rechazan otras formas, restando imaginación al espectador. La música se muestra de forma única, a veces incluso estereotipada.

Tanto los productores musicales como las audiencias no son automáticos. La música popular requiere de inteligencia por parte de los productores y consumidores, ya que está limitado su control sobre las estructuras de producción para los mass media. Los productos de los mass media, bien utilizados, pueden servir a la vez de entretenimiento y de crítica de la situación social, escapando de la perspectiva voyeurística. Por su parte, el consumidor es el encargado de conferir sentido al videoclip, como se apuntó en apartados previos.

Hoy el objetivo del videoclip evoluciona, y se pretende vender el vídeo en sí como producto consumible, sin tener el receptor que esperar a comprar el producto final, el vídeo físico, en una tienda.

5.4.3.Dimensión narrativa

El vídeo musical en sí presenta una variedad formal y narrativa que ha dado lugar a un lenguaje propio. Por ello, es difícil situar al vídeo musical dentro del lenguaje audiovisual. Es un formato influido por el cine, la televisión, la publicidad y el vídeoarte, y a su vez utiliza las últimas tendencias en el tratamiento de la imagen, el sonido y el propio lenguaje.

El modo usual del análisis cronológico secuencial se basa en el análisis plano a plano o el minutaje de la obra. En este análisis cronológico, se toma como unidad del filme la secuencia. En el caso del videoclip, la multiplicidad de planos y su tempo rápido lleva a considerar esta tarea lenta y complicada.

Frente al análisis cinematográfico basado en la secuencia, en el vídeo musical el análisis debe basarse en la estructura musical melódica, armónica o rítmica. Es aconsejable optar por un análisis episódico o secuencial, no por ello más superficial. Como indican Aumont y Marie, "describir una imagen no es una tarea fácil, a pesar de su aparente simplicidad […] No se trata de describir "objetivamente" y de manera exhaustiva todos los elementos presentes en una imagen […]" (Aumont y Marie, 1990, p. 73).

No se puede juzgar el montaje aplicando criterios cinematográficos, ya que no se trata de un tiempo dramatizado. Hay que tener en cuenta que las canciones suelen tener una estructura cíclica y episódica, por lo que el videoclip se adapta a esta forma de desarrollo más que a la narración. El videoclip posee por tanto una estructura semiótica no lineal (hipertexto) que agrupa texto, imagen y sonido. Su estructura narrativa suele estar incompleta. En ocasiones la disyuntiva entre lo visual y las letras y las líneas narrativas son difíciles de definir.

Al realizar una clasificación del videoclip, encontramos que, en comparación con otros formatos audiovisuales, algunos autores aprecian que el videoclip no puede ser considerado siempre narrativo en su estudio, por su naturaleza multimedia y su determinada percepción temporal. Una posible tipología del videoclip que nos ofrece Ana María Sedeño (Sedeño, 2007, p.500-501), es la clasificación según su desarrollo en:

-Dramático o narrativo: Videoclip que cuenta algo que sucede, con un programa narrativo clásico divido en secuencias. No se da con mucha frecuencia. La narración se identifica con la acción o el tiempo, con un verbo que transforma o provoca un cambio. Sus personajes pueden ser los propios músicos o personajes ajenos.

-Descriptivo: Es el videoclip que no presenta un programa narrativo, sino que crea un discurso que une música e imagen. La descripción se relaciona con una dimensión espacial, no hay transformaciones, sino estabilidad. Dentro de esta clasificación, se pueden distinguir:

> -Musical o performance: Consiste en la presentación en directo del grupo o artista, donde el acto musical es lo más importante. Se recurre a veces a imágenes tomadas antes o después al momento de la actuación.





-Conceptual: Este videoclip no intenta contar una historia, suele aparecer en él la vanguardia y el surrealismo, creando un estilo o ambiente diferente.

-Mixto: mezcla de narración y descripción en el video. Es el videoclip más habitual que podemos encontrar.

En el caso del videoclip pueden llegar a confundirse dos procesos similares: la narración y la descripción de acciones (Bassols y Torrent, 2003, p. 116). La descripción de acciones es una variedad de la descripción en la que aparece una enumeración de elementos, manteniendo un orden cronológico. Esta distinción llega a ser compleja por su carácter fragmentado. Muchas historias no muestran una transformación como ocurre en la narración, y sin embargo puede que el espectador sobreentienda una transformación al analizar la letra del tema u otros códigos externos relacionados con las imágenes que se presentan. Esto ocurre especialmente en los videoclips *slice of life* (trozo de vida), vídeos que muestran la rutina o día a día de la vida de una persona.

5.4.4.Interpretación

Como se ha demostrado en apartados anteriores, numerosas disciplinas científicas aportan conocimientos válidos al análisis audiovisual, como la semiología, la iconología, la antropología o la sociología. Por todo, para definir una ficha de análisis audiovisual completa, se tendrán en cuenta las aportaciones de las diferentes ramas para la interpretación de las imágenes y el estudio de la cultura.

La iconología sirve para enriquecer el análisis audiovisual. La iconología es la ciencia desarrollada en la Escuela de Warburg que interpreta los códigos simbólicos de las imágenes. Se aplicó en un principio a obras pictóricas, pero su objeto de estudio se puede ampliar a las imágenes que forman parte de la comunicación audiovisual.

A raíz de las investigaciones de esta escuela se desarrolló la llamada escuela iconográfica. Unos de sus autores, Fritz Saxl (1957), defendía la importancia de conocer la historia del arte para una mejor comprensión de la literatura, la política, incluso la religión. También dentro de esta escuela, Erwin

Panofsky (1939) sistematizó el método iconográfico para el estudio de las imágenes artísticas. Para él era primordial la conexión entre las categorías formales y el pensamiento coetáneo. Consideraba que todo testimonio humano tiene que situarse en el espacio y en el tiempo. Así, define la iconografía como la rama de la historia del arte que estudia el contenido temático o significado de las obras de arte, considerando el contenido como aquello que la obra comunica, pero no muestra.

En su propuesta metodológica distingue tres fases de análisis (Panofsky, 1992, p. 15-21):

- Descripción preiconográfica: Identificar los motivos artísticos (contenido temático primario), las imágenes que combinados expresan temas o conceptos.

- Análisis iconográfico estricto: Identificar esos temas o conceptos (contenido temático secundario) que forman historias y alegorías.

- Síntesis iconográfica: Descubrir e interpretar los valores simbólicos transmitidos por las imágenes.

Este proceso debe llevarse a cabo teniendo en cuenta también los cambios que cada época aporta a la propia interpretación, el contexto del que se trató en el primer apartado.

Tras la Escuela de Warburg, Ernst H. Gombrich (1967) presentó un análisis bajo las influencias de la tradición formalista alemana y la escuela psicoanálitica freudiana. Utiliza las teorías de la percepción visual, la psicología experimental y la información, junto a doctrinas clásicas de pintura. Intenta definir una teoría basada en lo que se sabe y no sólo en lo que se ve. Así, considera que cuando el espectador se enfrenta a una imagen, en su mente intervienen código, texto y contexto. Con este autor se unen la historia del arte, la antropología y la historia de las religiones, la psicología, incluso disciplinas históricas contemporáneas. Junto a Pierre Francastel, es el iniciador de una tendencia microsociológica del arte, analizando la obra de arte en un ambiente social específico.

En España, Jordi Balló estudió profundamente los motivos visuales en el cine, como recoge en su obra *Imágenes del silencio* (2000). Este autor señala el poder de ciertos motivos visuales para evocar un contenido, aquel tema que quieren transmitir. Luego considera que estos motivos son universales, polisémicos, y no se limitan a un género.

La antropología se encarga de estudiar las manifestaciones culturales, y es una ciencia muy útil para el análisis de los textos audiovisuales. En 1968 surgió la antropología visual como parte específica de la antropología que analiza la comunicación visual. Con esta ciencia se estudian los códigos expresivos no verbales, partiendo de los mecanismos de representación (autorrepresentación) o desde el pensamiento antropológico. Posteriormente, el discurso etnográfico audiovisual es una modalidad científica que estudia filmes documentales sociales como exploración creativa de la realidad.

Para concretar la ideología de un discurso fílmico, es eficaz recurrir al doble aporte de la sociología y la historia. Puede que Siegfried Kracauer en 1947 fuese el primero en relacionar los filmes alemanes con la sociedad que los produjo. Este autor considera que el cine es fiel a la realidad, porque así lo refleja la fotografía. La idea de que la imagen reproduce el universo sensible parte de considerar al cine como modelo mimético.

En los 70 Marc Ferro continuó esta línea de investigación, considerando que la imagen más que una copia de la realidad muestra los secretos de una sociedad. Por ello, ofrece analizar el filme como producto, observando la imagen como acercamiento socio-histórico. De este modo, Ferro analizó series de filmes como documentos históricos relevantes por lo que muestran y por lo que ocultan.

Poco después, Pierre Sorlin (1985) publicó un modelo de análisis filmográfico empleando metodologías semiosociológicas. Cabe destacar su concepto de representaciones como un aspecto de las mentalidades que concierne a las imágenes. Sorlin consideraba que tanto el cine como la televisión difunden los estereotipos de una sociedad. Propone un análisis sociohistórico del cine, adoptando como principales ejes las relaciones manifiestas e incluidas en el universo ficticio del filme, las relaciones implícitas con aquello que se sitúa en el fuera de campo y las relaciones entre el público y la pantalla. Para este autor, el análisis del filme no duplica la realidad, es una puesta en escena social, porque conlleva una selección de elementos que después se reorganizan y distribuyen en la película. Sorlin formó un equipo junto a Michèle Lagny y Marie-Claire Ropars, para analizar los filmes franceses de los años treinta. Analizaron las representaciones sociales de la época mediante su análisis sociosemiótico. (Lagny y Ropars, 1979, p. 154).

En los 80 se comprobó que la teoría del cine siempre se dio desde la perspectiva blanca, europea y heterosexual. Frente a esto surgieron nuevos enfoques de estudio de los grupos dominados. Nació la



teoría homosexual del cine de la mano de autores como Dyer. De forma paralela a la representación de la sexualidad en el cine, se planteó la representación del racismo, a consecuencia del colonialismo y la discriminación racial. El multiculturalismo se convirtió en tema de debate y Europa se presentaba como centro de un mundo realmente heterogéneo. La posición multiculturalista analiza la historia y la vida social basándose en la igualdad de los pueblos, descolonizando las representaciones simbólicas.

Estas tendencias se unen en lo que Stam llama "estudios multiculturales de los medios de comunicación" (Stam, 2001, p. 308). A la globalización como homogeneización cultural, se enfrenta una mayor valoración de lo específico.

Las aportaciones de todas estas ciencias colaboran al análisis audiovisual, ayudando a desarrollar una correcta interpretación del videoclip. Desde esta perspectiva se alcanzará una mejor comprensión y valoración del videoclip de Hip hop andaluz, observando la estrecha relación existente entre pensamiento, percepción y cultura en su expresión audiovisual.

5.4.5.Ficha para el análisis audiovisual de videoclips

Tras un repaso a las teorías existentes sobre el análisis audiovisual y una revisión a las aportaciones de otras ciencias, se ha creado un modelo de análisis audiovisual del videoclip. Se creará un modelo bajo los principios de coherencia, productividad y exhaustividad. El fin de esta ficha es aplicarla a una serie de videoclips de Hip hop andaluz con el objetivo de comprender cómo presentan la imagen de Andalucía y, por tanto, cómo se transmite la cultura andaluza mediante el formato videoclip.

I-IDENTIFICACIÓN

- Autor, año, tema, álbum
- Duración, formato
- Contexto social, espectador
- Tipo de videoclip y sinopsis





II-DESCOMPOSICIÓN

- Descripción de las acciones
- Materiales expresivos:

-Banda imagen

Plano: tamaño, angulación, duración

Movimiento de cámara

Ambiente: entorno, luz, vestuario, maquillaje, atrezzo

Actores: personajes, actantes, roles

Elementos culturales

-Banda audio

Sonido, música, sonido ambiente

Sonido in, off, over

-Letra de la canción

-Edición

Tipo de edición

Ritmo y tempo

Efectos especiales

Unión música-imagen: unificación, sincronía casual, sincronía estética.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- Estructura del relato

Análisis textual: Discurso, narración

-Tipo de videoclip

- Puesta en escena

-Personajes y espacios

-Programas narrativos

IV-INTERPRETACIÓN

- Descripción preiconográfica, análisis y síntesis iconográfica
- Códigos
- Símbolos
- Comparación con otros vídeos similares

V-RESUMEN VALORATIVO





BLOQUE III: ANÁLISIS DEL OBJETO DE ESTUDIO

6.ANÁLISIS DE LA MUESTRA

A continuación se presentan los análisis audiovisuales realizados en base a la ficha creada. Se exponen por orden cronológico.

6.1. *El liricista en el tejado*, SFDK

I-IDENTIFICACIÓN

El liricista en el tejado es un tema de SFDK producido por Big Hozone que pertenece al LP 2001 Odisea en el lodo. Publicado en 2003, es el primer videoclip que se conserva de SFDK y el único perteneciente a dicho disco.

Tiene una duración cercana a los cinco minutos. Está en formato panorámico 16:9, pese a ser uno de los videoclips más antiguos analizados. Está dirigido a un público contemporáneo a la publicación del vídeo, sobre todo a personas de clase media-baja que viven situaciones similares a las de SFDK.

Se trata de un videoclip mixto en el que Zatu, a modo de trovador, cuenta el día a día de su ciudad.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**





Vemos una trompeta en primer término, una ciudad de fondo. Dos hombres se asoman desde una terraza. Descubrimos la ciudad de Sevilla. Desde lo alto de una azotea, Zatu se asoma a la ciudad. En una puerta

hay un cartel de “Wanted” en el que aparecen dos raperos sevillanos: Tote King y Shotta. En primer término, Acción Sánchez, en segundo Zatu con una sudadera roja, y al fondo la ciudad.

Zatu canta mirando a cámara mientras mira una carta en un restaurante de lujo. La gente del lugar se vuelve para mirarlo. Al ver los precios, Zatu deja la carta y se va. Aparece en pantalla la portada del disco 2001 Odisea en el lodo.

Dentro de una caseta, Zatu encuentra a dos raperos con las bocas tapadas. En la siguiente ventana, alguien se asoma. Zatu canta en el filo del tejado de un edificio, la catedral está iluminada al fondo. Zatu y tres raperos sevillanos se apoyan en el muro de la azotea. Zatu canta desde la azotea mirando a cámara, lo vemos hasta en tres pantallas a diferente tamaño. Una tropeta suena y cruza la pantalla.

En la azotea, Zatu sigue cantando, acompañado de fondo por otros artistas. Una chica pasa y le da una bofetada. Por la calle, Zatu pasea y desaparece al cruzarse con varios “rapers”. Zatu canta desde la azotea acompañado por Acción Sánchez, con la ciudad de Sevilla al fondo. Desde lo altos de los edificios se ve en la calle a un chico con un cartel que dice “alquilo culo”. El MC va corriendo al baño y vomita. La imagen repetida de la trompeta ocupa la pantalla.

En pantalla partida vemos, a la izquierda un hombre con un porro larguísimo, a la derecha un hombre con traje de chaqueta y gafas. Desde el filo del tejado, canta Zatu. De nuevo en la azotea, sigue cantando acompañado por sus amigos.

Alguien hace un grafiti en la pared de un negocio. Otro hombre se acerca y empuja al grafitero, empieza a pelear. Zatu continúa la canción junto al DJ y en el filo del tejado. Una mujer mira a cámara. Suena la trompeta y vemos al MC bailar desde diferentes ángulos. Zatu toca la trompeta al filo del tejado, y en la calle también varios chicos tocan la trompeta. Un coche de caballos pasa por una de las calles.

Zatu levanta las manos en uno de sus conciertos y la gente aclama. En la azotea, sigue cantando junto a los otros artistas. En blanco y negro, Zatu parece Humphrey Bogart. A un niño aburrido le cae un spray de pintura del cielo, y sonríe. El MC muestra a cámara una cuenta matemática mal hecha y la rompe. Acto seguido, aparece una horca y se la coloca al cuello.

En pantalla partida vemos a Zatu y su perro Juan. Luego vemos un gran cuchillo en pantalla. Se acerca a Zatu y le mete una puñalada. El MC sigue con su letra.

A la puerta de la casa de Zatu, aguarda su perro junto a un niño. El perro entra en casa. Zatu sigue cantando desde la azotea. En el filo del tejado, sujeta la trompeta. Se pone a tocarla, al fondo brilla Sevilla de noche. Alguien hace break dance. Zatu toca la trompeta y baila en otra pantalla. Al final, en la azotea, el MC y Acción Sánchez se dan la mano. Vemos la trompeta y el liricista en el tejado.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

En este vídeo se utilizan planos de diferentes duraciones. En muchos casos son tomas largas, de unos seis o siete segundos. El montaje utilizando el pase de imágenes y la pantalla partida crea el ritmo que la canción necesita. Para ello también se ha rodado con cámara en mano, que realiza movimientos de paneos horizontales y verticales, siguiendo la acción. Además, se hace uso del zoom de forma descarada.

Las imágenes nos sitúan en la ciudad de Sevilla, concretamente en una azotea desde la que apreciamos la catedral de la ciudad y su Giralda. Encontramos así planos generales de la ciudad y su gente por las calles, casi siempre de forma picada, simulando las vistas desde la azotea. En los exteriores se ha utilizado la luz natural, incluso al anochecer no encontramos ninguna otra luz. En los interiores, como el restaurante, la casa de Zatu o el concierto, sí participa la luz artificial.

El personaje principal es Zatu, que aparece en diferentes tipos de planos, desde planos cortos hasta enteros y generales, mirando a cámara mientras canta o baila. Acción Sánchez le acompaña en algunas ocasiones, tiene también un papel de protagonista. Él aparece en primer plano, con media cara fuera de la pantalla o en plano medio. Ambos aparecen tanto de forma picada como contrapicada. Los demás personajes que aparecen son en muchos casos otros artistas sevillanos, son personajes secundarios que acompañan a SFDK. Resalta una chica que canta parte del estribillo y aparece en plano corto en pantalla. El perro Juan también suele tener un pequeño papel como compañero fiel dentro de los temas de Zatu. En los planos generales tomados con los personajes en la azotea se ha grabado desde otro edificio, con una angulación picada.



- **Banda audio**

La música es sonido over añadido en postproducción. El tema comienza con un sample de varias trompetas. Se le añade bombo, caja y charles en el momento en que empieza la letra. Contienen también acordes de teclado. Además se escuchan varios efectos como la bofetada o el vómito o el sonido del directo en el concierto, simulando ser sonidos ambientes.

- **Letra de la canción**

Escúchala, la ciudad respirando... y mi hombre Charlie Seen por ahí metido en líos con su hermano el Shotta, Tu Madre Es Una Foca, ¿ok? Suena así...

Coge a un tío de barrio mételo en un sitio caro,
preguntará los precios con descaro, hasta hartaros,
por eso no pienso llevaros donde no pinto nada,
por eso no vendo mi culo en la foto de la portada.
Habláis de nada, en canciones que no dicen nada.
Son las diez de la noche, Sevilla está iluminada,
la gente en la parada del bus,
siempre fuertes, Tote y Shotta más allá del obús,
echando su meada, tenemos nuestra propia cruz,
espalda mojada por el calor en busca de una luz.
Qué instrumental el socio me produce,
Sevilla se deshace del estilo que le impuse,
mi hardcore que tumbó a media España,
después de seis años sólo hay un grupo que me empaña.
Peor calaña es la que nace en estos días,
la sangre fría de la TÍA y la policía,
cuántos besos te daría por tenerme al margen,
por hacerme invisible ante los rappers en la calle Imagen.
Bajen del autobús y corran, atajen, porque ya sólo quedan sobras,
itájenas MC´s sobreviven alquilando el culo.

Pal próximo LP poso desnudo, no tengo cara de cambiar el mundo,
tengo cara de que llevo dentro algún pensamiento nauseabundo
y lo escupo con orgullo en cada frase,
fluyo como las trompetas de esta base.
¿Tú qué haces killo? Oculta el brillo de tu clase,
cuando pase por el planeta paquetillo y huele a base.
Cambié de barrio, me llené de lágrimas,
Pino Montano sigue en mi cuaderno en cada página,
tágena, que ta quedao to enajenao despué de no hacer ná,
y meterte tantos gramos tas quedao colgao como mis huevos,
y voluntad de ná, hay escritores que terminan con un cárdena,
y sin ganas de ná, que os fiche el Cárdenas pal Crónicas,
tú, soy el guardián de mi hermano.

[Estribillo]
¡Eh, poeta!, ¿te sientes olvidado? Un liricista en el tejado,
sólo, piensa en mí, qué más dá, echa a volar...¡Escúchela!
...La ciudad respirando...

Si el público se queja de una canción sin moraleja,
desde el tejado les lanzo una teja,
es más fácil mirar desde arriba, tragar saliva,
porque en mi misiva pone "Sevilla no me deja".
Tengo iniciativa, una comodidad compleja,
amor, sexo y droga, seré tu nuevo Humphrey Bogart.
El gobierno censura al dios Baco y no al tabaco,
¡venga Paco! Engánchate al grafiti y no al jaco,
a problemas soluciones saco, yo tengo un trato,
me meo en los contratos,
y si fracaso me mato en un arrebato de celo,
aplaudid mis depresiones que en papeles congelo.
Y quiero subir a mi azotea y mandar un "te quiero" al cielo,



por los que se fueron
¿dónde van? ¡ya sé que nunca volverán!
Comienzo un nuevo día y sin pan no hay plan.
Cojo al Juan, me tiro un rato pal parque,
es temprano y los niños estarán ya bailando break dance,
aquí las cosas son así de sencillas.
Hazte rico con dos focos y unas pocas semillas,
I love you Sevilla,
si puedes te cepilla,
con un pinchazo en la costilla,
la vida ya no pilla loba,
corre huye de la soga,
nos vemos en el DVD de "dogo busca doga".
Seré tu nuevo Humphrey Bogart,
el liricista en el tejado,
tu transatlántico tocado, hundido,
vuelve el perro arrepentido, con el rabo entre las piernas
el hocico partido, su mirada tan tierna,
reformatorios los internan.
Bye Bye Vietnam, me cago en tu ropa de Wu-Tan-Clan,
destrozándose la vida fumando apaleao, malo, corre ve y diles,
que hay bellotones por seis miles,
concédeles ediles pal Ayuntamiento, Pino Montano City,
y yo viviendo fuera como un guiri, haraquiri,
2001, odisea en el lodo, soy el guardián de mi hermano...

[Estribillo]
¡Eh, poeta!, ¿te sientes olvidado? Un liricista en el tejado,
sólo, piensa en mí, qué más dá, echa a volar...¡Escúchela!
...La ciudad respirando...



- **Edición**

Se utiliza la edición por corte. Las imágenes son de larga duración, lentas, pero se recurre a la pantalla partida y el movimiento las imágenes por la pantalla para crear ritmo. El tempo de la imagen se adapta por tanto al tempo de la canción.

Otros efectos especiales utilizados son el uso de la cámara rápida o lenta, la congelación de un frame y el fundido a negro final.

La unión música-imagen se define por una sincronía estética. El tema tiene una intención y la imagen acompaña a la música en todo momento para reforzarla.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Estamos ante un videoclip mixto. En principio es descriptivo, aparece el cantante cantando a cámara. Pero cada historia que va narrando la letra se suma a la acción con el vídeo. Podemos diferenciar una estructura similar a la de la canción:

-Introducción: Se hace la presentación de lugar, Sevilla, y de los personajes principales: Zatu y Acción Sánchez.

-Estrofas y estribillos: A lo largo de la letra se van mezclando tres grandes bloques que podemos distinguir:

-En la azotea: Zatu canta desde la azotea. Lo vemos también con la trompeta y la capucha puesta en el filo del tejado. A veces aparece junto a Acción Sánchez o con otros muchos artistas detrás. En esta localización, en la imagen aparecen guiños a la letra que acompaña, como la bofetada, los raperos con la boca tapada o la camiseta de Violadores del Verso. Desde allí, también se muestran historias

de la calle.

-Historias paralelas que narra la letra y son dramatizadas: La historia del restaurante, el cruce en la calle de Zatu con otros raperos, el vómito de Zatu, la pintada del grafitero, Zatu haciendo de Humphrey Bogart, la participación del perro Juan y la actuación de los breakers.

-Aparecen además alusiones al propio grupo, mostrando la portada del disco o una actuación en directo.

-Parte intrumental: Aparecen trompetas, gente tocando la trompeta, Zatu tocando y bailando.

- **Puesta en escena**

Los personajes principales son los artistas que forman SFDK, el MC Zatu y el DJ Acción Sánchez. Como personajes secundarios aparecen otros artistas del Hip hop de Sevilla, como Shotta o Tote King.

El espacio principal en que se desarrolla la acción es una azotea de un barrio de clase media-baja, posiblemente Pino Montano, en Sevilla. La azotea no es más que la planta superior de un bloque, y se encuentra en una zona masificada, rodeada de otros bloques y con vistas a otras azoteas llenas de antenas y aljibes. La ciudad aparece de fondo, tanto de día como de noche iluminada. Aparecen otras calles del barrio y algunos interiores utilizados para el rodaje de las dramatizaciones anteriormente citadas.

Se pueden identificar tantos programas narrativos como historias aparecen en el videoclip, pero el programa principal sería "Zatu cuenta las historias del rap y de Sevilla desde el tejado".

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

Como ya hemos comentado, el grueso del videoclip se localiza en la azotea de un bloque de pisos de un barrio obrero, en Sevilla. El código espacial es importante, puesto que al situarse en dicho edificio el grupo define su estilo, dónde nace y a quién quiere llegar. Presentan la ciudad de Sevilla como el centro

de sus vidas. En la azotea, Zatu canta y escenifica su tema. Al asomarnos desde ella, vemos además situaciones que se producen a pie de calle a personajes anónimos que circulan por ella. Se han utilizado espacios interiores para la recreación de algunas historias, como la del restaurante o en la casa del MC.

Las vestimentas y el maquillaje son naturales, propios de la cultura Hip hop. Así, los personajes raperos visten con ropas anchas, zapatillas deportivas y gorras en algunos casos. Destaca la sudadera con capucha roja que lleva puesta Zatu cuando está al filo del tejado. En un momento, aparece el MC disfrazado de Humphrey Bogart para subrayar la letra.

En cuanto a la iluminación es bastante pobre. En los exteriores no se han utilizado luces, ni siquiera ya a la caída de la tarde. Esto hace que la imagen sea muy fría, gris, muy plana. Se ha intentado corregir este problema utilizando una serie de efectos sobre el color de la imagen. Así, vemos que muchos planos aparecen teñidos de un único color, o se les ha resaltado un color y el resto está en blanco y negro. Destaca en la azotea entre tantos colores fríos la sudadera roja de Zatu. De noche, la iluminación de la catedral añade otro punto de luz cálida a la imagen y acompaña al liricista.

- **Símbolos**

-La catedral de Sevilla: La catedral y la Giralda son dos de los edificios que mejor representan la ciudad de Sevilla. Se encuentra en el centro de la ciudad, son como el corazón de la misma. Desde cualquier terraza se puede observar, dadas sus dimensiones, y su iluminación nocturna la resalta con elegancia sobre el resto de los edificios.

-Cartel "Wanted": En el cartel hecho para este vídeo aparecen Tote King y Shotta. Es un guiño de SFDK a estos otros raperos de la ciudad, diciendo además el título de su disco publicado en 2002 Tu madre es una foca. Con ello intentan dar publicidad a sus amigos.

-Cinta tapando la boca: Es un claro símbolo que indica que otros raperos no dicen nada interesante, más vale que se mantuvieran callados.

-Camiseta de doble V: Los Violadores del Verso forman uno de los grupos míticos del Hip hop en España, pues llevan desde sus comienzos ofreciendo un rap de calidad. Tener su camiseta en el vídeo

supone por un lado la admiración de SFDK a dicho grupo y por otro el reconocimiento, como indica la letra, de su posición: "después de seis años sólo hay un grupo que me empaña".

-Cartel "Alquilo culo": Un personaje anónimo pasea por la calle con este cartel colgado. Para SFDK muchas personas se venden para poder hacer rap, se rebajan hasta el punto de no tener voluntad propia. Este cartel expone claramente la falta de orgullo.

-Grafitero: El grafitero aparecen pintando la fachada de un local. El grafiti es uno de los elementos que forman el Hip hop, y SFDK considera que raperos y grafiteros son hermanos y se cuidan mutuamente.

-Coche de caballos: Es un medio de transporte típico andaluz que puede verse por las calles de Sevilla para ofrecer un paseo a los turistas. Los caballos y sus carruajes representan parte de la cultura y la historia de Andalucía.

-Cuenta "2+2=5": Los números son incorrectos. SFDK rechaza las cuentas y los contratos hechos para engañar.

-Horca: Más que una cuerda, es un elemento utilizado para quitarse la vida. Es símbolo de agobio, de renuncia a la vida por estar sumido en numerosos problemas.

-Cuchillo: Aparece un cuchillo de gran tamaño como arma de matar. Representa la "puñalada", los engaños que una serie de personas pretenden hacer para herir a tu persona.

-Apretón de manos final: Es un símbolo de amistad, de asociación y respeto entre dos personas.

V-RESUMEN VALORATIVO

Como un liricista en el tejado, SFDK viene a contarnos historias reales desde su ciudad, desde su realidad y su mundo. A diferencia de otro raperos, no van a inventarse letras insulsas que no tengan profundidad ni las van a contar desde sitios lujosos, porque eso no les representa. Vienen a contarnos historias de

la ciudad de Sevilla desde un barrio de clase media-baja, desde la azotea de un bloque con vistas a la catedral de la ciudad.

Resalta su grupo "siempre fuertes", junto a otros artistas del rap sevillano como Tote o Shotta. Consideran que hacen buenas instrumentales y su estilo hardcore está reconocido en los más altos puestos a nivel de España. Zatu hace una crítica a esos grupos de raperos que para sobrevivir en el Hip hop español se venden.

Zatu lleva en su alma y en sus canciones su barrio, Pino Montano, así como su ciudad. SFDK se presenta así, tal y como son, y si al público no gusta, ellos no quieren a ese público. Ante los problemas del gobierno y de la sociedad, SFDK considera que el Hip hop puede ayudar. Así otros elementos del Hip hop aparecen en pantalla, representados con el grafitero o los breakers. Llama la atención la oración "Y quiero subir a mi azotea y mandar un "te quiero" al cielo". Identifica la necesidad del MC de gritar desde allí arriba por aquellos que ya no están.

En resumen, SFDK defiende con este tema el rap sevillano hecho desde Sevilla, así como toda la cultura Hip hop de la ciudad. Sin falsedad, el MC canta por necesidad de contar las cosas que suceden a su alrededor, es el liricista en el tejado.

6.2.*La niña*, Mala Rodríguez

I-IDENTIFICACIÓN

En el año 2003, Mala Rodríguez publicó su tema *La niña* en un maxi-single junto al tema *Amor y respeto*. Estaba también incluido además en Laboratorio hip-hop, un recopilatorio con un total de 21 temas de diferentes raperos españoles, como Juan Solo, Santa Flow o Frank T.



La niña fue un tema que alcanzó gran éxito en su momento. De modo que tras ser publicado como maxi y en el recopilatorio, aparecería de nuevo en el disco de Mala Rodríguez Alevosía, en 2003. Aparte, el tema *La niña* forma parte de la banda sonora del vídeojuego del 2006, Scarface-The World is Yours para

PS2, Xbox, Nintendo Wii y PC Windows, alcanzando así la expansión a nivel internacional.

Hay que destacar que el videoclip analizado fue censurado en algunas cadenas de televisión por tratar sobre una menor traficante de drogas. Sin embargo en internet, este vídeo supera los cuatro millones de visitas a través de YouTube y Vimeo.

El vídeo presenta una duración de tres minutos y cuarenta y un segundos, y está en formato 16:9. Se trata de un videoclip narrativo que cuenta la historia de una niña que creció en un barrio marginal viendo el movimiento de la droga, y se adentró en ese mundo hasta ser traficante y morir por ello.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

El videoclip comienza mostrando varias imágenes de edificios que nos presentan la localización: un barrio marginal. A continuación se hace la presentación de la artista, aparece Mala Rodríguez bailando. La Mala comienza a cantar y, a la vez, vemos una serie de imágenes que nos muestran la historia que narra la propia letra de la canción.

Una niña anda por las calles de un barrio pobre, con edificios grises y descuidados, con una pequeña cruz colgada de una cadenita al cuello. Se acerca a un coche, donde un hombre le da dinero a cambio de droga que la niña le entrega en mano.

En su casa, la niña juega barajando unas cartas mientras su padre se dedica a preparar la droga para su venta. Después vemos que es la niña quien anda por las calles con una riñonera en la que lleva la droga para venderla. Una mujer con aspecto demacrado fuma sentada en un escalón. La niña se para junto a ella, la mujer saca varios billetes, paga y la niña le da su droga.

Previo al estribillo, aparece con más asiduidad la cantante.



Sentado a la puerta de una casa, un hombre grueso espera la llegada de la niña. Al verla, saca un billete de un fajo y paga la droga. La niña se la da y el hombre le acaricia la cabeza. La niña intenta apartarse y mira con desprecio al hombre.

La niña se pasea por el barrio y sonríe a un hombre de color que ve en una esquina.

En un patio descuidado situado entre bloques, la niña se sienta junto a un aljibe y vuelve a barajar las cartas.Unas manos de mujer continúan barajando las cartas. Descubrimos que esa mujer es la niña ya crecida, que sigue jugando a las cartas y preparando droga para vender.

En su casa, la mujer cuenta los billetes y reparte la droga en pequeñas proporciones. Sobre la mesa, cuatro móviles suenan en diferentes momentos y le hacen más y más pedidos o reclamaciones.

La mujer fuma un cigarro para relajarse y, sola, se hace un par de rayas sobre un espejo. Esta misma situación se repite con gente alrededor. Sola con la droga, se echa las manos a la cara.

En el baño de su casa, la mujer se mira al espejo y observa que está sangrando por la nariz. Entre imágenes de la cantante, vemos a la mujer gritar entre dolor y desesperación.

La mujer llega a un edificio viejo y desgastado, y nada más entrar se cruza con un hombre de color a quien se queda mirando, desconfiada. La mujer besa la cruz que lleva al cuello antes de llamar una puerta. Un hombre se asoma a la rendija de la puerta para ver quién es y sonríe, luego da paso a la mujer a la casa. En un pequeño salón, otro hombre mayor, al parecer suramericano, se levanta a recibirla. Podemos ver que una mesa de centro se usa para el consumo de droga. Sobre esa mesa, el hombre coloca un bolso de viaje lleno de droga, y la mujer sube a la mesa otro bolso, en este caso lleno de fajos de billetes de cincuenta euros. El hombre saca de su espalda una pistola, apunta a la mujer y sonríe. El otro hombre empieza a gritar y acercarse a la mujer, hasta que ella lo aparta de un empujón, saca una pistola y le apunta. Empieza a apuntar nerviosa a los dos hombres, y entre confusión se dan varios disparos. Tras la situación de tensión, la mujer observa que sus balas han dado a los dos hombres, y al levantar su mano comprueba que ella también está herida, su mano está llena de sangre. La mujer se echa la mano a la cabeza, luego intenta taparse una herida abierta en el costado y se queja de dolor.



De nuevo, vemos a la niña de pequeña con su cruz al cuello, paseando por la calle. Vestida de negro y con gafas de sol, Mala Rodríguez se acerca a una cruz grande y blanca en un cementerio. Se agacha y, sobre una tumba en la que hay una cadenita de oro con una cruz, coloca una baraja de cartas amarrada por una gomilla.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

El videoclip muestra desde planos generales, como los edificios al principio, hasta planos muy cerrados. Hay dos tipos de realización diferenciadas.

Por una parte, las intervenciones de la cantante están grabadas con movimientos suaves de cámara, casi siempre con angulación contrapicada, resaltando la grandeza de la artista. Podemos intuir que se encuentra en el mismo barrio que presenta, en unas escaleras entre los pinsapos que hay junto a unos edificios. Esta parte del vídeo está grabada por completo en esta localización exterior, con iluminación que simula ser natural. La imagen tiene alto contraste, donde ganan peso visual la camiseta y las gafas negras de la artista. En un momento dado, cuando la letra es repetitiva, se acentúa con el uso rápido y repetido del zoom.

La historia de la niña, sin embargo, está grabada cámara en mano, con muchos movimientos irregulares que nos trasportan a la realidad. Se utilizan objetivos de diferentes angulaciones, pero son focales fijas, en ningún caso se hace uso del zoom. Hay planos largos, pero predominan en este caso los planos cortos y cerrados de las personas y los planos detalle, sobre todo con las manos de la niña en el intercambio de dinero por droga. Encontramos tanto iluminación natural como iluminación artificial en interiores. La imagen sigue siendo muy contrastada, pero aquí está poco saturada, con una dominante gris. El desgaste de los edificios y el entorno, así como la abundancia de sombras, apoyan este ambiente triste, sucio. Además, los colores que aparecen en la escena son oscuros, en la mayoría de los casos tonos fríos. Resalta el rojo de la sangre, primero en la nariz de la mujer y más tarde en su mano. Al igual que con las sombras, se hace uso del enfoque y desenfoque en determinados momentos para añadir distorsión o ensoñación frente a la realidad. La mayoría de los planos se presentan desde un punto de vista objetivo, salvo ya al final. Comienza a mostrarse el punto de vista de la protagonista cuando se cruza en el pasillo

con un hombre, justo antes de su muerte. A partir de ese momento, hay varios planos subjetivos. Destaca el plano en el que la protagonista mira a los hombres muertos apuntando con la pistola y cuando luego se descubre su propia sangre.

Los planos en general son de corta duración, y están editados al corte. El ritmo se acelera y aumenta el número de planos hacia la mitad de la canción, cuando llegamos al nudo de la historia. La velocidad de la cinta es normal, de 25 frames por segundo, pero hay varios momentos en que se utiliza la cámara lenta. El primer momento que encontramos es cuando la protagonista se fuma un cigarro y se droga. La imagen se ralentiza, parece que entre tanto caos se toma un respiro. Más adelante, el uso de la cámara lenta tiene un significado muy diferente. Cuando la mujer va a hacer la entrega final, se cruza con un hombre en un pasillo. En este momento la imagen se retarda mostrando la angustia o tensión de la protagonista. Justo después, los disparos en esa casa se muestran a cámara lenta, lo que añade gravedad e intensidad a la acción, que mantiene un ritmo lento, en decadencia, ya hasta el desenlace de la historia. De hecho, cuando la Mala llega al cementerio, toda la acción está ralentizada.

El final con el plano detalle de los objetos sobre la tumba cierra la historia de la niña, que acaba con fundido a negro.

- **Banda audio.**

En cuanto a la banda del sonido, encontramos la música como sonido over, incluida en la postproducción. Se trata del tema *La niña.* Está producido sobre un ritmo de batería, con una instrumental hecha con dos melodías de cuerda, una aguda y otra grave. Sobre la base, se suma el rapeo de la Mala en las estrofas y la melodía en los estribillos. En el último estribillo, la cantante dobla sus propios coros una octava por encima. El final de la canción es más melodioso, incluye las notas de un instrumento de cuerda.

- **Letra.**

[Estribillo]

Esta es la historia de una niña que vivía
en el barrio de la paz.



De ella se decía que quería vender droga
como su papá.
Por ella nadie apostaba
su futuro se nublaba
y no había hecho más que empezar.
Quién no quiere dinero,
dime, quién no quiere dinero
pa' gastarlo en la ciudad.

Quería pan,
quería joyas,
no valoras na' si no lloras
lo mejor de no tener na'
es tener que trabajar y sudar
por apartar la miseria a un lao.

Conseguir respeto
a base de coraje y cojones
ella lo tenía, ella lo sabía
ella se lo merecía
valía pa' eso y pa' más.

Tenía to' lo que quería
vestía la ropa con la que tú sólo puedes soñar.

Muchos son los talentos
que se pierden en la na'
pero cuando tú sólo sirves pa' traficar
es lo que pasa.

Te llaman, te llaman ,
teléfono no deja de sonar...

[Estribillo]

Esta es la historia de una niña que vivía
en el barrio de la paz.
De ella se decía que quería vender droga
como su papá.
Por ella nadie apostaba
su futuro se nublaba
y no había hecho más que empezar.
Quién no quiere
dinero dime quién no quiere dinero
pa’ gastarlo en la ciudad.

A las 9 estaba allí
y era respeto lo que faltaba,
sí, cuidao’ volaron las balas
¿tan difícil es levantarse por la mañana?

Por ser mujer, llevaba pistola,
ya sabes, pa’ no sentirse sola
a nadie le gusta que le jodan
siempre tú tienes que pensar dos veces
quién se come la mierda cuando aparece.

Si sales de allí es porque tienes suerte ,
pa’ otra vez tendré más cuidao’,
mamá, iré con gente.

Tenía to’ lo que quería
vestía la ropa con la que tú sólo puedes soñar.

[Estribillo]



Esta es la historia de una niña que vivía
en el barrio de la paz.
De ella se decía que quería vender droga
como su papá.
Por ella nadie apostaba
su futuro se nublaba
y no había hecho más que empezar.
Quién no quiere dinero,
dime, quién no quiere dinero
pa' gastarlo en la ciudad.

- **Edición**

Se trata de un videoclip de edición lineal, por corte. Se crea ritmo con la sucesión de planos y la duración de éstos. La acción toma un tempo rápido con el uso de muchos planos cortos de duración seguidos a mitad del vídeo, y adquiere un tempo lento con el uso de la cámara lenta, como ya hemos indicado, sobre todo al final de la historia.

La relación entre la música y la imagen se da por analogía. El vídeo refuerza la historia que la letra y la música presentan.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura**

La estructura del videoclip se basa en el desarrollo de la historia: Presentación, nudo y desenlace.

-Presentación: La niña aparece vendiendo droga por barrios marginales.

-Nudo: De mayor, la niña sigue vendiendo droga. Es drogadicta y tiene problemas con sus pedidos.

-Desenlace: La niña visita a uno de sus proveedores. La falta de entendimiento y escrúpulos lleva a todos a la muerte.

A la vez, se intercalan imágenes de la historia con la actuación de la cantante. Al final, la MC tendrá un papel en la historia, visitando la tumba de la niña.

Los cambios de ritmo en la música se refuerzan con las imágenes, de modo que estamos ante un videoclip narrativo, dramático.

- **Puesta en escena**

Nos encontramos ante un escenario real, un barrio marginal de Sevilla. La puesta en escena es una dramatización de aquello que la letra de la canción va narrando. Una niña es la protagonista, y nos va mostrando su mundo: un barrio marginal inmerso en las drogas. Un papel secundario, pero relevante, tendría su padre, que aparece preparando droga delante de la niña. Vemos ese ambiente marginal en otros personajes secundarios, en los elementos que forman parte del decorado y en cada situación correspondiente a la acción.

La artista, por su parte, aparece en un escenario similar, exterior, cantando y bailando. Puede localizarse en el mismo barrio. Acaba llegando a la tumba de la protagonista. Programa narrativo del videoclip es: Una niña crece jugando con las drogas y muere.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

El videoclip nos sitúa espacialmente en un barrio marginal de Andalucía, donde los edificios y las personas están en malas condiciones, abandonados.



La vestimenta y demás elementos nos indican que se trata de los años noventa, finales de siglo. Además,

en los personajes que aparecen podemos observar sus ropas desgastadas y su propio físico como señal de que son personas pobres y maltratadas por el consumo de droga.

La iluminación, como comentamos al principio, crea una escena fría por el uso del color y la ausencia de tonos alegres. Las imágenes tienen alto contraste y a su vez una tonalidad gris que todo lo llena de tristeza.

- **Símbolos**

Los signos o elementos que cobran especial importancia a lo largo del desarrollo del videoclip son los siguientes:

- Cadenita con la cruz: Se presenta en el cuello de la niña, mostrando quizá su cara más angelical, sagrada, la inocencia. También le otorga un carácter de persona sufridora, mártir. Aparece al final sobre la tumba de la protagonista como elemento que la representa.

-Riñonera: En ella la niña lleva la droga que su propio padre le suministra para repartirla y venderla por su barrio, y en ella guarda el dinero sucio que le pagan. La niña pasea orgullosa con ella por el barrio.

-Baraja de cartas española: La niña juega constantemente a barajar las cartas. Se utiliza este recurso como metáfora del juego que la niña lleva a cabo en su vida real con las drogas. Al final la baraja acaba atada sobre su tumba, al igual que la mujer acaba muerta por jugar y adentrarse tanto en el negocio de la droga.

-Espejo: En todos los decorados interiores, de un modo u otro, aparece un espejo sobre el que se hacen las rayas de droga para consumir. Esto se muestra como un elemento más de los hogares, haciendo de la droga y su consumo algo habitual en la vida de la protagonista.

A parte de estos elementos principales, durante todo el vídeo vemos con detalle la droga y los billetes, primero de pesetas y después de euros.



V-RESUMEN VALORATIVO

Como la propia letra indica, "ésta es la historia de una niña que vivía en el barrio de la Paz". Simplemente esta oración, principio del estribillo, ya está situando la acción en un contexto real, limitado. El barrio de la Paz es un barrio pobre, marginal, situado al sur de Sevilla.

La imagen acompaña a la música y narra la vida de la niña. En muchos casos similares, los niños de barrios como éste viven rodeados de droga, la ven como algo habitual y sobreviven gracias a ese negocio. Es por ello que en ocasiones los niños quieren imitar a sus padres y dedicarse a vender. En el vídeo, la niña ya desde pequeña se atreve a ir vendiendo por la calle, juega a trapichear como hacen los mayores y se pasea por ello orgullosa. Al principio es como un juego, no ve el peligro.

Cuando llega ya a determinada edad, esa persona se encuentra tan inmersa en el mundo de la droga, tanto por su consumo como por su venta, que ya no puede dejarlo aunque quiera. Se ha convertido en una persona enferma, enganchada. Además, el negocio de la droga conlleva una serie de líos que suelen acabar en desgracia. En este caso, se pone el ejemplo la compra de una gran cantidad de droga a lo que sería un "capo" de la droga, y el consiguiente enfrentamiento a él. La mujer se juega la vida, y aunque le acompañe una pistola, de poco le sirve.

Al igual que la niña jugaba a barajar las cartas, jugó con la droga, y este juego acabó mal como muchas veces sucede en la realidad.

Este videoclip es un claro ejemplo de lo que la droga puede llegar a hacer a una persona. Que fuese censurado en algunos países sólo muestra la hipocresía de los mismos al no querer afrontar una realidad que está ahí, en las calles de barrios pobres, donde la lucha por la supervivencia hace recurrir a la gente a negocios tan sucios y duros como el de la droga.

6.3. *El Niño Güei,* SFDK

I-IDENTIFICACIÓN

El Niño Güei es un tema que se encuentra dentro del LP 2005 del grupo SFDK. 2005 llegó a ser Disco de Oro en aquel mismo año con más de 40.000 copias vendidas. Supuso además un paso importante para el grupo, ya que en él trabajaron con un estilo y un flow diferente al que venían haciendo. La canción *El Niño Güei* es una sátira, una burla que el propio Zatu hace de sí mismo precisamente por ese cambio. Está producida por Acción Sánchez, y en 2007 apareció el videoclip que da nombre al tema.

Dura tres minutos y veintitrés segundos, y está en formato 4:3. Es un videoclip original, mezclando imágenes de vídeo reales con otras imágenes animadas por ordenador. Muestra la realidad de un barrio de Sevilla entorno a la misma época en que se rodó el vídeo.

Es un videoclip mixto, puesto que narra una historia y a la vez aparecen elementos descriptivos. El videoclip, como la propia letra dice, cuenta las aventuras del alter ego del MC, el niño Güei.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Los dos artistas que forman el grupo nos introducen en la historia, trasladándonos a un barrio de Sevilla.

Vemos un cartel de SFDK sobre una cabina pública de teléfono. De un salto, sale de la cabina un hombre vestido como un superhéroe con barba, llevando una capa de la bandera de Jamaica. Es el niño Güei, como indica la canción. El niño pasea sonriente por la calle al ritmo de la música.

El niño ve de frente en un paso de cebra a una señora mayor, que viene de hacer la compra con un carrito. Él se acerca a la señora muy diligente, y le sonríe. Pero la señora no se fía de él, y agarra su bolso. En cuanto el niño Güei hace un movimiento para acercarse a coger el carrito, la señora se dispone a arrearle

un golpe con su bolso. El niño cambia de expresión, se sorprende, y la señora le da un golpe en la cara con su bolso con tal fuerza que dos muelas salen volando. Sentado en la acera, el niño se lamenta dolorido.

Alguien le tira de la capa, es un perro. El animal mira hacia arriba y hace ver al niño Güei que sale humo de un piso. El niño llega corriendo a la planta del piso correspondiente y abre una puerta de una patada. Se encuentra a una pareja de jóvenes desnudos en un sofá, que se sorprenden al verlo. De fondo, en la televisión vemos a Zatu cantando. El niño Güei reconoce su equivocación.

Con otra patada, abre una puerta diferente que, en efecto, corresponde al piso que echa humo. Su sorpresa es aún mayor al descubrir que allí lo que hay son cuatro colegas rastas, de estilo jamaicano, fumando porros.

De nuevo, el niño Güei pasea por las calles del barrio en busca de nuevas aventuras. Los grafitis recorren las paredes de la ciudad. El niño se pasea y la gente del barrio lo ve. De pronto, pasa una moto a toda velocidad por la calle. Son dos chavales que se acercan a la señora mayor con la intención de robarle el bolso. Cuando pasan por su lado, el que va sentado en la parte de atrás de la moto da un tirón del bolso a la señora. Se sorprende al descubrir que no sólo ha cogido el bolso, sino que le ha arrancado el brazo entero a la señora. Grita del susto y sacude el bolso, dejando el brazo de la señora atrás.

Los grafitis de la pared nos muestran el perfil del niño Güei.

El niño espera paciente en un semáforo para cruzar por el paso. Los chavales de la moto se acercan a gran velocidad al paso. El semáforo se pone en verde para los peatones y el niño comienza a cruzar. El motorista se asusta al ver que el niño está cruzando, y frena fuerte hasta parar la moto justo frente a él. El bolso cae al suelo y el niño se da cuenta. De nuevo, la moto sale corriendo, pero esta vez han sido descubiertos y se dejan el bolso atrás. El niño coge el bolso, pensando que se les ha caído y empieza a correr tras la moto. El niño está feliz al ver que va a hacer una buena acción, pero los chavales de la moto se asustan y corren cada vez más.

En una esquina, la señora mayor habla con un policía, dando parte del robo. El coche de policía está parado con la puerta del piloto aún abierta. A su vez, el motorista mira hacia atrás, huyendo del niño

Güei, y de pronto la moto choca contra la puerta del coche de policía. La señora y el policía reconocen a los ladrones. El niño llega y devuelve el bolso a los ladrones, sin darse cuenta de que los termina de delatar. El niño se despide contento por su buena acción.

Los grafitis de nuevo nos descubren al niño Güei agazapado cual superhéroe en el filo de una azotea, con un martillo de seguridad en la mano.

Los grafitis siguen invadiendo la ciudad. El niño espera nuevas aventuras en la azotea, junto a la ropa tendida de los vecinos. Zatu observa cómo los grafitis crecen entre los edificios. El niño seguirá paseando por las calles de Sevilla. En la terraza del bloque, el perro observa al niño con el martillo rompe cristales en la mano. El niño Güei tira el martillo desde la terraza y acaba rompiendo un cristal realista. Sobre él, aparecen las letras “SFDK”.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Desde el principio, el vídeo muestra tres tipos de imágenes diferentes por su propia naturaleza: vídeo tomado de la realidad, imágenes fijas de la realidad e imágenes animadas por ordenador. Se plantea por tanto un videoclip en el que los propios artistas hacen de narradores omnipresentes, apareciendo en pantalla como seres superiores que conocen una historia que van a contar. Para ello se les ha grabado en vídeo desde un punto de vista contrapicado, y se les concede un tamaño dentro del plano siempre superior al decorado de la historia. Se ha rodado esta parte en un estudio dotado de chroma.

En postproducción se han introducido imágenes fijas que forman la base del decorado, fotos reales de un barrio de Sevilla. La mayor parte de ellas han sido tomadas en exteriores, con luz natural día. En los interiores se mezcla realidad y animación, recreando una luz natural. Para dar realismo, una capa con la imagen de las nubes se mueve en los espacios exteriores y la capa del héroe ondea al viento.

Sobre esas imágenes, se superponen las animaciones. En algunos casos se tratan de letras tipo grafiti añadidas en postproducción, y en la mayoría de las ocasiones se han creado las animaciones de los personajes y los elementos de mayor relevancia. Pocos elementos forman el atrezzo y el decorado, pero

éstos están escogidos con una clara intención. Las propias calles de Sevilla ya quieren transmitir una cultura concreta. Hay elementos que nos remiten a un barrio de clase media-baja, como las macetas, la ropa tendida en la azotea y la gente que forma parte de él.

Aparece como personaje principal el niño Güei, protagonista de la historia, y le sigue su fiel acompañante, el perro. Destaca la vestimenta del niño, que aparece ataviado como si fuese un superhéroe, con máscara, traje ceñido, botas y la bandera de Jamaica colocada a modo de capa. Descubrimos que se trata de un alter ego del MC primero por su barba, y segundo porque sobre su pecho podemos leer, a imitación de Superman, las letras "SFDK". Al final hace uso de un arma que siempre lleva consigo: el martillo rompe cristales.

Descubrimos en el interior de un piso a una pareja animada y al fondo el Zatu real, que aparece en el televisor cantando como narrador. En el otro piso, hay cuatro personajes fumadores. Otros personajes secundarios animados son la señora mayor, los chavales de la moto y el policía. Además, hay gente que aparece por la calle como vecinos del barrio.

Encontramos todo tipos de planos. Abundan los planos generales picados y contrapicados para mostrar las calles de la ciudad de Sevilla. Este tipo de planos presentan las diferentes situaciones en las que se desarrollará la acción.

En el momento que aparecen personajes, se recurre a planos medios y otros más cortos para mostrarlos de cerca. Suelen utilizarse planos de perfil en los medios y planos frontales contrapicados en los cortos. Hay un momento concreto en que se llegan a utilizar primerísimos primeros planos. Es justo en el momento previo al enfrentamiento entre el niño Güei y la señora mayor. Se hace uso de la pantalla partida, al estilo cómic, con varios planos detalles de la acción y esos primeros planos de las miradas de los personajes, acentuando ese cruce de miradas con el movimiento contrario por el que aparecen las imágenes en pantalla.

La animación se reduce a los personajes y a aquellos elementos de atrezzo que tienen un papel dentro de la acción. Hay planos detalles de varios elementos que cobran importancia a lo largo del vídeo, como el bolso de la señora, las muelas del niño o el freno de la moto.



Se recurre a falsos movimientos de cámara para la animación, como el zoom in y out, y paneos horizontales y verticales. Del mismo modo, en la presentación del protagonista se simula la cámara lenta, utilizando mayor número de fotogramas para narrar la acción. Para presentar varios elementos en un mismo plano se utiliza en ocasiones el escorzo. Los planos, en general son de corta duración. Tienen mayor duración en las escenas más tranquilas y son muy rápidos en los momentos de máxima tensión de la acción.

- **Banda audio**

En la banda sonido, la música aparece en over, superpuesta en posproducción. Zatu intenta seguir la letra a modo de playback, aunque en algún momento letra e imagen no presentan una correcta sincronía. La base musical se fundamente en la percusión y unos acordes a los que se va sumando una melodía, cada vez más enriquecida con vientos. La voz principal es la de Zatu, reforzada en los finales de algunas frases. Los coros están ejecutados por varias voces femeninas.

- **Letra de la canción**

Jaja, déjemne que les cuente la historia de un pequeño héroe de barrio de pacotilla,
un tío que se cambiaba de ropa dentro de las cabinas de teléfono y enseñaba el culo desde el automóvil.
Su nombre era algo parecido a... algo parecido a...

Güeiii (Ok, jaja, ése era el nombre)
El niño Güei (Era un nota que paseaba siempre con un perro y decían que era...)
Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii, (jaja ok) El Niño Güei (ayyy)

Mira su historia era...
Salgo de casa con la autoridad del sol
¿y Do, Re, Mi, Fa?
están en el sofá fumando formol.
Tengo un problema con tu compact,
se estrelló con mi cabeza y estalló como una pompa.
Deja que rompa, necesito medio compás más,
el Güei rapea y tu grupo toca las palmas.

Ayudo a mis vecinas con el carro de la compra.

mi estilo es Jardcore...

follando encima de la alfombra.

Necesito medio compás más,

pues va a venir la pasma y llevo al Juan sin amarrá,

media postura por cortá,

por la Alameda andando va

el Niño Güei con ese estilo singular...

Güeiii (Ok, jaja) El niño Güei (Ni más, ni menos)

Güeiii (Jaja, fantástico y malvado) El Niño Güei

Mira... dice...

El Niño Güei es un producto made in Sevilla

pequeño héroe de barrio de pacotilla.

La diferencia entre él y ustedes,

es que él nunca te va a pedir los 3 que le debes

no sucede, Niño Güei brinda por ustedes

con un dos papeles en formato CD, el grande LP.

Te juro que fue sin queré, el mechero aquel que te piqué

y que no te pienso devolvé.

Habla de mis descuidos mal dispara y falla,

el Niño Güei vive detrás de la muralla.

Nada crece si no ensaya,

lo que pasa es que escuece que el underground tire más que la playa.

Donde vaya, Sevilla es mi toalla

sexo intenso, tengo el frenillo como una caballa

y he roto la valla pa que tós puedan pasá

el Niño Güei salió de Zona Bruta y grita libertad.

Despertad ya...

Acción Sanchez y Zatu presentan SFDK 100 metros vallas,

la misma historia con otro nombre,

deja que me encienda, deja que te alumbre, deja que te informe.
Una bandera de Bob Marley llevo como capa
sujeta con grapa en la solapa y está tela de guapa,
echa pallá y no me intentes callá
recuerda este nombre, perra, SFDK...!!!

Güeiii, (yeah pequeño héroe de barrio de pacotilla)
El Niño Güei, El Niño Güeiii...
Güeiii, (dice... fantástico y malvado)
El Niño Güei, el Niño Güeiii (así sale...)
Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii,
Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii, El Niño Güei
Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii,
Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii, Güeiii.

- **Edición**

Se ha utilizado una edición lineal, simulando el corte propio de la edición de vídeo. A su vez, se ha trabajado en la edición por capas para la mezcla de vídeo, foto y animación, como se ha explicado anteriormente. En el momento de la caída de la moto, se recurre al negro y con un fundido se vuelve a la acción.

En todo momento, el vídeo ha sido creado acompañando a la música, de manera que el protagonista pasea al ritmo de la canción y los golpes de voz o musicales se ven reforzados con la imagen. El vídeo nos lleva al mismo tempo del tema, un tempo lento que no se hace pesado gracias a la acción de la imagen.

Entre música e imagen se establece una relación de analogía. El vídeo muestra la historia que la letra junto a la música van contando.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

El videoclip sigue la estructura de la canción. En principio, el MC introduce la historia a modo de narrador, de igual modo en el vídeo se le ve presentando la situación. Durante los estribillos, que son cantados por el coro femenino, vemos al niño Güei paseando por las calles de Sevilla al ritmo de la música, así como algunos grafitis cubriendo las calles. En las estrofas se narran y se muestran historias que suceden al personaje principal.

En la primera estrofa vemos que el niño intenta ayudar a una señora, quien responde de forma violenta al pensar mal del niño. También el niño ve humo salir de un piso y corre para ayudar a quienes viven allí, y se encuentra que no hay peligro ninguno, sólo eran unos chicos fumando en su casa. En la segunda estrofa, se narra el robo del bolso de la señora por parte de dos chavales que van en moto. El niño, sin percatarse de la acción, pretende devolver el bolso a los chavales, y al final sin querer los delata ante la policía.

Durante el último estribillo, ya el niño Güei aparece con la pose de superhéroe sobre un edificio, que no es más que una azotea de barrio donde la gente tiende la ropa. Acaba el videoclip mostrando su arma, el martillo rompe cristales. Con una imagen real con las letras "SFDK" finaliza el vídeo. Este tema tiene una versión extendida que añade una tercera estrofa y un estribillo más.

Se trata con todo de un videoclip mixto, puesto que tiene parte de narración, en tanto cuenta varias aventuras del niño Güei, y es descriptivo, puesto que todo el vídeo viene a describir a este personaje.

- **Puesta en escena**

La puesta en escena se centra en un barrio de Sevilla, como indica la letra. Se utilizan fotografías tomadas de la realidad para situar la acción, por lo que podemos suponer que la historia que cuenta la canción está basada en hechos reales. Los espacios, como ya dijimos, son en su mayoría exteriores.



Hay elementos y momentos de la acción que nos lleva a pensar que se trata de un barrio marginal, por el propio aspecto de las calles y porque en ellas hay robos, gente fumando porros y ropa tendida en las azoteas de los edificios. Los personajes que se mueven en este espacio son, de igual modo, de clase media-baja. Destaca el protagonista con su vestimenta de superhéroe, para destacar sobre los demás personajes y caracterizarlo.

Como se cuentan varias aventuras del niño, se pueden identificar varios programas narrativos: -El niño intenta ayudar a una señora a cruzar la calle con el carro de la compra, pero la señora piensa mal de él y le pega.

-El niño intenta ayudar a una familia a salir de su casa ardiendo pero, primero se equivoca de puerta, y segundo era una falsa alarma.

-El niño intenta devolver a unos chavales un bolso que han perdido y, por fin se lo devuelve.

En resumen, podemos decir que el niño Güei quiere ayudar a la gente y no para hasta conseguirlo.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En cuanto al espacio, el vídeo nos sitúa en un barrio marginal de Sevilla, un barrio de clase media-baja donde es difícil llevar a cabo buenas acciones.

La vestimenta de los personajes nos indica que la historia se sitúa en una época contemporánea al año de publicación del videoclip. En las vestimentas se intuye también el estrato social. Destaca el disfraz de héroe del protagonista, hecho con su capa de la bandera de Jamaica, que lo caracteriza.

La iluminación del videoclip simula la luz natural en todo momento. Los exteriores son imágenes reales poco contrastadas sobre las que resalta los personajes creados por animación y sus colores.

- **Símbolos**

En este videoclip aparecen pocos elementos, aparte de los personajes y los fondos, pero los pocos que aparecen tienen un significado especial como símbolos:

-Cartel de SFDK: Sobre la cabina de teléfono, aparece un cartel en el que SFDK presenta su disco 2005. Con este guiño, se hace autopropaganda del grupo y su LP en su propio videoclip. Es un recurso muy utilizado por los raperos en sus vídeos musicales.

-Cabina de teléfono: La cabina es un elemento mítico en el que grandes superhéroes, como Superman, cambiaban de personalidad al cambiar de ropa. Aprendiendo de ellos, el niño Güei entra en la cabina para cambiar de personalidad, entra Zatu oscuro, violento, sale un Zatu muy agradable y bueno con la gente.

-Máscara: El niño Güei oculta con la máscara su verdadera personalidad. Es un elemento propio de muchos superhéroes para ocultar su identidad privada. También puede suponer una barrera entre la realidad y el modo de enfrentarse a ella. En el caso del niño Güei, la máscara oculta al Zatu real, diferenciándolo del Zatu que quiere ser.

-Capa: La bandera de Jamaica sirve de capa al niño. Denota pobreza, se ha hecho el traje con lo primero que ha pillado, y a su vez muestra su gusto por la música reggae, así como por la cultura jamaicana.

-Traje: Sobre el pecho, destacan en el traje del héroe las letras “SFDK”. Por acercamiento, indican que el grupo se lleva en el corazón, y es el centro de la vida.

-Grafitis: Los grafitis forman parte de la cultura Hip hop, y, como se muestra en el vídeo, se extienden por toda la ciudad, realzando el nombre del grupo. “SFDK” cubre los edificios del barrio para indicar propiedad o arraigo y pertenencia al mismo.

-Ropa tendida: La ropa tendida en la azotea de los edificios es un símbolo de estar en un barrio de clase media-baja, donde no hay un espacio de la casa reservado a tal tarea. También es un acercamiento a las labores domésticas más íntimas.



-Martillo rompe cristales: Es la única arma de que se vale este héroe. De nuevo demuestra la pobreza e improvisación de su atuendo. En el vídeo no se muestra, pero quizá el protagonista tuvo que recurrir en alguna de sus aventuras a esta arma tan original. Tiene mucho significado, porque se usa sólo en caso de emergencias.

V-RESUMEN VALORATIVO

El grupo nos presenta la historia de un niño de un barrio de Sevilla. Lo hace mediante la animación, pero basándose en la realidad, utilizando para ello las fotografías de los espacios.

Durante todo el vídeo se hace una metáfora sobre el grupo SFDK y su cambio de estilo. Este cambio de identidad lo refleja el niño Güei. Ahora se cubre con un traje para armarse de valor y defender aquello por lo que lucha. En forma de superhéroe, aparece el alter ego de Zatu, que representará al grupo. De este modo, se entiende que el grupo ha reunido la suficiente fuerza para luchar por SFDK y su música.

El niño protagonista era conocido en su barrio por ir siempre por la calle paseando sólo o junto a su perro Juan, reflejo de la historia del propio MC. Todos se burlaban de él y de su rap. Intentaba ser buena persona, pero hacía actos buenos y malos, como dice la letra, es “fantástico y malvado”. Con esto el grupo reconoce que no a todos gustará, para algunos será bueno y para otros no, como pasa en la vida real. Pero en su barrio aplauden su música.

El niño viste con el traje de SFDK y va a defenderlo a donde quiera que vaya. “Sevilla es mi toalla”, indica que el grupo se siente sevillano y va a llevar el nombre de su tierra con orgullo. Al igual que el niño Güei en el vídeo consigue su objetivo, SFDK deja el sello Zona Bruta para ir por libre y se siente satisfecho por ello. Salta la muralla y recorrerá “cien metros valla” para llegar lejos.

A la espera de nuevas aventuras, el superhéroe aguarda en su azotea, armado. De forma paralela, el grupo está preparado para superar los obstáculos que encuentren en el camino con el fin de defender su identidad.

6.4. *Nanai*, Mala Rodríguez

I-IDENTIFICACIÓN

Nanai es un tema publicado en 2007, que pertenece al disco Malamarismo. Dura tres minutos y treinta y dos segundos, y ha conseguido más de dos millones de visitas a través de YouTube. Está en formato panorámico 16:9.

El contexto social en que se encuadra es la sociedad rural, pues todo el videoclip está rodado junto a una casa de campo donde transcurre la historia. Estamos, por tanto, ante un videoclip mixto, que es descriptivo y narrativo. El resumen del vídeo lleva consigo una moraleja: no te dejes maltratar.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

El vídeo comienza con la cantante en la puerta de una casa. Entendemos por la pared, la puerta de madera, la escoba y demás elementos de atrezzo que es una casa de campo. Después la Mala se presenta, mirando a cámara. Detrás descubrimos efectivamente el campo. Se apoya en la pared de la casa, se gira para andar por el campo. Hace un gesto con el brazo que parece una interrogación. Un perro está amarrado a una caseta.

La Mala pasea por un campo de espigas con un cubo. Del cubo coge comida y comienza a lanzarla, como si estuviera en plena siembra. Parece que se asoma a un pozo y después, pala al hombro, empieza a entonar. Baila en la puerta de la casa. La Mala comienza a regar y descubrimos que está regando a cuatro patos que están en un pequeño cercado.

Junto al pozo, la cantante empieza con la letra del tema. Baila y canta, asomándose al pozo. De repente, la Mala mira por un telescopio, y observamos desde un punto de vista subjetivo un grupo de niños jugando a la pelota bajo una parra, en la puerta de otra casa de campo. A la derecha, varios grupos de mujeres juegan a las cartas. Un niño observa la partida, y la que suponemos su madre le acaricia la cara.



La Mala canta y baila en el campo. Recoge frutos y encuentra uno en forma de letra “M”. Sentada, comienza a tejer una manta junto a un establo de vacas a la vez que empieza la estrofa. Baila y canta junto a la casa. Susurra su letra a una vaca. En el campo, sigue buscando frutos y se come uno. La Mala juega con un columpio hecho con un neumático y con una pala.

Vemos a una mujer decir a las demás lo que la Mala canta. De fondo, un hombre se acerca. El niño sale corriendo y el hombre llega violento a recriminar algo a la mujer. Da un porrazo en la mesa y la coge del brazo. Todas las mujeres se levantan para intentar apartarlo de ella. El niño se da media vuelta y se aleja enfadado.

La Mala vuelve a mirar por el telescopio. Cuatro niños están sentados junto a unas chabolas, parecen aburridos. La Mala se sorprende y va junto a los niños. Pasa por delante de ellos y comienzan a andar en fila. Continúa cantando a cámara desde la primera posición, junto a la casita de campo. Lanza una plegaria mientras une las manos. Continúa cantando en los alrededores de la casa. Al acabar la estrofa se acerca a la puerta para entrar en la casa, se gira y hace un gesto de degollamiento, acompañando al final de la estrofa.

Ahora en el campo, la Mala ve directamente a los niños jugar. Utilizan distintos elementos a modo de instrumentos: cacerolas, sartenes, mazos…La Mala sigue cantando junto a la casa, y un perrillo se acerca y hace una voltereta. En el fondo, los niños juegan felices. La Mala vuelve la vista atrás y sonríe a cámara. Por el campo de espigas, se va la cantante.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

El entorno en el que se ha rodado el vídeo musical es el campo, un espacio abierto donde se ha aprovechado la luz natural. La cantante actúa como personaje narrador, contando la historia. Va vestida de forma llamativa, con un corsé, un tutú y botas de agua. En el pelo lleva unas flores enganchadas. Parece un personaje sacado de un cuento. El personaje principal de la historia es un niño, que aparece con vestimenta actual, infantil y cómoda. Como personajes secundarios están su madre y su supuesto padre, que también aparecen vestidos con naturalidad. Además, hay otra serie de personajes que acompañan la

acción: mujeres adultas y tres niños más. Los movimientos de cámara se centran en seguir la acción, en ocasiones acercándose o alejándose de los personajes.

Predomina una serie de planos en los que Mala Rodríguez canta mirando a cámara. Encontramos entre ellos el plano entero de la cantante a la puerta de la casa de campo. Está tomado cámara fija desde una posición frontal, donde además la artista aparece casi siempre centrada. En el campo y en la puerta, ya con cámara en mano, se han grabado planos cortos en los que ella mira a cámara, levemente picados o contrapicados. Cuando aparece haciendo como que siembra, se cambia el ángulo de cámara a una posición más contrapicada, dejando en primer término las espigas del campo y la Mala en plano medio. Hay un plano aún más contrapicado, el plano medio corto en que la Mala se asoma al pozo. El resto de planos de la cantante van a variar entre el plano medio y el corto, contrapicados sobre todo. Destaca un plano general en el que aparece una bola de lana en primer término, y la cantante al fondo, sentada en una silla.

Un plano general panea a la derecha y nos descubre al grupo de señoras jugando a las cartas mientras los niños juegan a la pelota. La acción en la que llega el hombre y se acerca a la mujer se ha tomado cámara en mano, haciendo el seguimiento de los movimientos con planos medios y cortos de los personajes. En plano medio, picado, el niño se acerca a cámara, alejándose de los adultos que pelean al fondo.

Cada vez que la Mala mira por el telescopio, se ha utilizado una transición de vídeo. Los niños se toman en diferentes tamaños de plano, siempre desde un punto de vista picado. Pero el momento en que los niños disfrutan y están activos se recurre al contrapicado. En primer plano, la Mala canta mientras los niños juegan al fondo.

Aparecen elementos de atrezzo propios del campo, como la pala, el cubo, la regadera o el pozo. Del mismo modo, el ambiente de campo se recrea con la aparición en pantalla de algunos animales, como varios perros, patos o vacas. Adquiere especial importancia el telescopio de la Mala.

- **Banda audio**

La canción está añadida en postproducción como sonido over. Sólo al final del vídeo se escuchan a unos pajarillos como si fuesen tomados del directo en el campo. Comienza el tema con el sample de las voces

infantiles. La Mala comienza a entonar y cantará el resto del tema, haciendo sus propios coros. La base se compone de percusión, unos acordes de teclado y el sample.

- **Letra de la canción**

(Por ti...Sí, por ti...Sí, por ti...Yo sería capaz de morir...Si tú me das amor sincero)

[Estribillo]
Mírame a los ojos si me quieres matar
Nananai...¡yo no te voy a dejar!
Mírame a los ojos si me quieres matar
Nananai...¡yo no te voy a dejar!
Mírame a los ojos si me quieres matar
Nananai...¡yo no te voy a dejar!
Mírame a los ojos si me quieres matar
Nananai...¡yo no te voy a dejar!

Que page por pecados que no existen, te han ofrecido un elixir
una supuesta vida mejor que acabarás pagando aquí,
en el mundo color rosa
con olor de cosa' asquerosa'.
Y así creció y se hizó fuerte.
Una mentalidad con el miedo arraigao en la gente
con complejos suficientes pa' parar un tren,
pa' para un avión y to lo que haga frente
al desalojo de la mente.
Inconsciente, no sabe lo que se pierde,
lo que podrían encontrar si aprietan sus corazones,
si dejaran de pensar en lo malo que les va a pasar.
Por cierto, hacéis muy buena pareja...
Tú le pegas y ella se deja.



[Estribillo]

Mírame a los ojos si me quieres matar

Nananai...¡yo no te voy a dejar!

Mírame a los ojos si me quieres matar

Nananai...¡yo no te voy a dejar!

Mírame a los ojos si me quieres matar

Nananai...¡yo no te voy a dejar!

Mírame a los ojos si me quieres matar

Nananai...¡yo no te voy a dejar!

No dejen al pobre chiquillo en el banquillo,

déjenlo tranquilo que aprenda el cursillo:

a llevarse golpes, a devolver lo que le toca.

Así es la vida loca.

Tiro porque no hay otra.

Poco que decir si te van a partir la boca.

¡Ay señor, enséñame a caminar!

Aún me queda mucho todavía en qué pensar.

Si a mí no me comprende nadie, yo me siento sola.

¿Cuándo vas a aprender tú a poner una lavadora?

Voy a empezar a pensar en cambiar de emisora,

no te quejes tanto, ya va siendo hora.

Los kilos que perdí alguien se los tuvo que encontrar.

¿Qué voy a hacer si se atreven a venir a mi casa a faltar?

Nanai...¡yo no les voy a deja'! ¡Yo los voy a mata'!

[Estribillo]

Mírame a los ojos si me quieres matar

Nananai...¡yo no te voy a dejar!

Mírame a los ojos si me quieres matar

Nananai...¡yo no te voy a dejar!

Mírame a los ojos si me quieres matar





Nananai...¡yo no te voy a dejar!
Mírame a los ojos si me quieres matar
Nananai...¡yo no te voy a dejar!

- **Edición**

Este videoclip mantiene la edición lineal al corte. Se han utilizado muchos planos de corta duración, que siguen el ritmo de la música y recrean el tempo de la canción. En ocasiones se aumenta el tamaño de la imagen en postproducción con el fin de conseguir un plano más corto desde el mismo tiro de cámara.

Como efectos, hay algunos fundidos a negro muy leves al principio. El del final sí tiene mayor duración. Aparte, cada vez que la Mala mira por el telescopio se utiliza una disolución circular para mostrar la imagen que ella observa. Por otro lado, se hace uso de la cámara rápida cuando la Mala busca frutos y come, y de la cámara lenta cuando dice un "no" silenciado mirando a cámara.

La unión música-imagen busca la sincronía estética, y la imagen sirve de apoyo a aquello que cuenta la letra.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

El vídeo musical se puede estructurar en dos bloques bien diferenciados: la cantante cantando a cámara y la historia del niño. Del mismo modo, se puede distinguir la parte descriptiva y la narrativa de este vídeo mixto. Estos dos bloques se entrelazan a lo largo del tema, siguiendo la estructura de la canción:

-Introducción: La Mala se presenta y empieza a entonar la canción junto a la casa de campo. Es también una presentación espacial, estamos en el campo. Ella lleva a cabo varias acciones contradictorias, echa de comer al campo y riega los patos. Son acciones descriptivas que no tienen otra intención que acompañar a la música.

-Estribillo: La Mala ve gracias a su telescopio a los personajes de la historia. Los niños juegan a la pelota y las mujeres adultas a las cartas.

-Estrofa: Al comenzar la estrofa, de nuevo vemos a la cantante. Canta y lleva a cabo varias acciones descriptivas.

-Estribillo: Volvemos a la acción, los personajes se enfrentan. El niño se va, enfadado. La Mala lo ve, y se acerca a los niños.

-Estrofa: La Mala guía a los niños marchando en fila, y canta sola ante la cámara de nuevo.

-Estribillo: Los niños ahora juegan felices haciendo música, mientras la Mala canta.

- **Puesta en escena**

La puesta en escena se lleva a cabo en espacios exteriores, en el campo. Podría ser cualquier campo, pero en cualquier caso en él podemos distinguir dos espacios, uno donde la Mala canta (la casa de campo, el establo de las vacas) y otro donde se desarrolla la acción de los personajes (porche de otra casa, entre las chabolas).

La Mala es un narrador omnisciente, que todo lo sabe y todo lo ve a través de su telescopio. Parece que viviese en un mundo paralelo, por encima de los personajes. Se introduce en él para llevarse a los niños a su mundo, donde todo es mejor. Llegados a ese punto, pasa a ser un personaje que forma parte activa en la historia.

El personaje principal es el niño. No nos damos cuenta de ello hasta que lo vemos girar enfadado, y luego se va con la Mala. Sus padres y sus amigos serían los personajes secundarios. Además encontramos otras mujeres adultas que figuran en varios grupos. El programa narrativo principal sería "Un niño sufre ante el maltrato a su madre".



IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En cuanto al espacio, el vídeo nos sitúa en un campo. La localización exacta del campo no la conocemos, tampoco es información necesaria. Lo que sí observamos por los elementos de atrezzo y las casas es que es un lugar rural y de clase media-baja. Las construcciones son antiguas, el suelo de tierra. Vemos chabolas y ropa tendida al sol, y los niños acaban jugando con elementos propios de la cocina para hacer música.

Los niños visten ropas cómodas, ya gastadas, propias para jugar en el campo. Las mujeres visten ropa actual, denotando una clase social media. El hombre, supuesto padre del niño, aparece con camiseta blanca de mangas sisas, vaqueros y zapatillas deportivas, una ropa muy usual. Sí destaca la ropa que lleva la Mala, que la convierte en un personaje diferente, especial, al mezclar corsé y varias faldas de tul, con botas de agua y un peinado con flores.

La iluminación se basa en la luz natural día. Predominan los colores fríos: el blanco de las nubes, del pozo y de la pared, el verde de la hierba y el azul del cielo.

- **Símbolos**

-Perro amarrado/perro suelto: Un perro amarrado es señal de sumisión y atadura. Aparece sólo al principio del vídeo. Al final aparece otro perro ya suelto, saltando liberado.

-La pala: Es un instrumento para trabajar en el campo, pero a su vez se ha utilizado en muchas ocasiones en el audiovisual para golpear a alguien. Tiene además connotaciones vinculado a la muerte y al entierro de personas.

-El pozo: Un pozo puede ser una fuente de vida, al conseguir agua, o puede interpretarse como un agujero sin fondo del que es difícil salir.

-“M”: La letra “M” que encuentra la artista como fruto de una planta es la inicial de su nombre. Es una

forma de reafirmar su identidad en el videoclip, como suelen hacer los raperos.

-Baraja de cartas: Las cartas es un juego de adultos, mientras que la pelota es un juego más sencillo para niños. Aquí las cartas representan una metáfora del juego de la vida, donde los adultos son quienes toman las decisiones.

V-RESUMEN VALORATIVO

El vídeo está rodado en un campo, todo en exteriores. Es un videoclip mixto, que, como ya se ha indicado, mezcla la actuación de la cantante con una historia que sucede a unos personajes. El campo, el ambiente, el entorno, nos indican que la historia se va a centrar en una clase rural media-baja. La MC comienza entonando y canturreando las primeras frases utilizando unos tonos que recuerdan al flamenco. Mira directamente a cámara, establece una conexión cercana con el público. Se dedica en el primer estribillo a llevar a cabo acciones contradictorias, como dar de comer al campo y regar los patos. Es una metáfora de la vida loca, del mundo al revés en el que nos movemos, de la locura de las personas.

La Mala empieza a rapear su letra, la historia que, si bien no la vamos a ver por completo, la vamos a sobrentender. En la primera estrofa habla del choque entre un "mundo color de rosa" que alguien imaginaba y la realidad de la vida, cómo los palos le enseñaron a ser fuerte y a aguantar. Aguantar muchas cosas sólo por el hablar de la gente, que a su vez son personas llenas de conflictos interiores, sin criterio razonable. En la última frase lo deja claro, tal y como una mujer lo dice en el vídeo: "Tú le pegas y ella se deja". Es una reflexión directa sobre el maltrato que resume todo lo anterior. Por si no nos queda claro, en la imagen un hombre se acerca a la madre del protagonista, le discute y la coge del brazo. Todas las mujeres intentan separarlos. A diferencia de la mayoría de los videoclips, es en el estribillo donde vemos desarrollarse la acción, mientras que las estrofas las canta la Mala mirando a cámara.

En el estribillo cobra especial importancia la expresión "nanai", que da nombre al tema. "Nanay" es una palabra que recoge la R.A.E. y define como interjección coloquial para negar rotundamente algo. Pero el adverbio de negación tiene muchas variantes formales en la gramática gitana: na, nanai, nasti… (Calvet, 1982, p.56). Por todo, se puede considerar nanay como un préstamo del caló que se usa en el

español coloquial para negar con rotundidad. Así, el estribillo nos indica que el tema se dirige no sólo a la mayoría española de forma coloquial, sino en especial a la etnia gitana.

El verdadero protagonista del vídeo es el niño, aunque al principio pase desapercibido. El hecho de no tener en cuenta a los niños por desgracia ocurre también en la realidad de estas situaciones. Primero lo vemos jugando, inocente, con sus amigos a la pelota mientras las madres juegan sentadas a las cartas. Los juegos de mayores son de pensar, necesitan concentración, pero realmente al final cada uno tiene que jugar sus cartas. Las decisiones las toman ellos. El niño se acerca a su madre y lo acaricia. Entre ellos hay una buena relación, hay amor. Un amor que se estropea con la intervención del hombre, que puede ser o no su padre. En cualquier caso, el niño no quiere al hombre, sólo al verlo sale corriendo y se va enfadado, ya conoce lo que viene a continuación.

La letra indica que, según la madre, el niño tiene que ver esas cosas para hacerse fuerte, porque eso es la vida y se acoge a una plegaria. La religión está muy presente entre gitanos y personas de clase social baja. Es un grito cuando ya no se sabe qué hacer. Es en ese momento cuando la Mala actúa como personaje, y se lleva los niños, que están tristes y aburridos. Los aleja de ese mundo y los lleva a hacer música y divertirse. Al final de la última estrofa la madre toma conciencia, por fin se harta de la situación y piensa en cambiarla, en matar a aquel que venga a faltar a su casa. Sale el orgullo y la lucha por una vida digna, por ella y por su hijo.

Se entiende ahora el estribillo desde otra perspectiva. Si antes "yo no te voy a dejar" indicaba la continuidad de una relación pese al maltrato, ahora esa misma frase muestra la negativa de la mujer a morir, la lucha por la vida y por lo suyo.

Este tema es un canto contra la violencia de género, y se ve reflejado de manera sutil en el vídeo. En resumen, son las mujeres quienes tienen la decisión final de alejarse de su maltratador y cuidar a su familia, porque siempre son los niños los que sufren las consecuencias de este tipo de relaciones. No es justo, los niños deben estar jugando, divirtiéndose y no sufriendo las decisiones de los mayores. La vida no tiene por qué ser dura y llena de dolor, la persona tiene la palabra y tiene opciones para evitar el maltrato y vivir mejor.

6.5. *Materia Clásica*, Jefe de la M y Little Pepe

I-IDENTIFICACIÓN

Materia Clásica es un tema producido por el Jefe de la M en el que él mismo rapea junto a Little Pepe. Se encuentra dentro de la mixtape DPS, publicada en 2009.

Dura poco más de cuatro minutos, y se enmarca en un contexto realista basado en la misma época en que se estrena el vídeo. Se presenta en formato panorámico, 16:9. Es un videoclip mixto en el que estos raperos malagueños nos muestran su ciudad desde una perspectiva diferente.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Con una animación, aparecen en pantalla las letras que presentan al director del videoclip, Gharuda, así como a los artistas que lo protagonizan y el título del tema. Las palabras forman una máscara que muestra un vídeo diferente al del fondo, en el que vemos un anticipo de los personajes que van a aparecen en escena. En el fondo, se simula un paseo por varias calles de Málaga.

Little Pepe pasea en bicicleta. Pasa por delante de una casita blanca con flores en la puerta. En la ciudad, abundan los bloques de pisos. Little Pepe llega a donde le esperan sus amigos Jefe de la M y el MC Ijah. Cantan juntos desde allí y desde la entrada al barrio de la Colonia Santa Inés. Se vuelven a mostrar imágenes en movimiento de diferentes viviendas de la ciudad.

Empieza a cantar el Jefe de la M delante de una casa, mirando a cámara. Abre el maletero de un coche y está lleno de vinilos y cds. Tras el Jefe, Little Pepe se seca el sudor y baila. Canta también desde un barrio con pequeños bloques de ladrillos vistos. Allí, muestra la camiseta del Málaga Club de Fútbol de Little Pepe. Entre las viviendas se puede observar la ropa tendida al sol, y una gorra de visera plana en el cordel.

Un cartel nos lleva directos a la calle Manuel Rivandeneyra, en pleno barrio de la Colonia Santa Inés. Jefe continúa cantando y Little Pepe le hace los coros y baila.

Little Pepe canta y se dirige a cámara. Continúa el paseo por las calles de Málaga, mientras junto a un kiosco los protagonistas cantan junto a Ijah y Keyo, a la vez que beben cerveza. Una señora está sentada a la sombra tras ellos. Cantan también desde el paseo marítimo de la playa de la Misericordia. En una pared vieja, al fondo, vemos restos de antiguas firmas. Junto a un cartel de helados de una marca conocida, Ijah bebe cerveza de una lata.

Con la camiseta del Málaga, Little Pepe canta sólo y acompañado de sus amigos en las diferentes localizaciones ya presentadas. Ambos protagonistas disparan con pistolas de agua a la cámara.

Un rayo de sol entra por el objetivo. Litlle Pepe canta junto a Jefe de la M y Keyo. Otros artistas del rap malagueño se suman al grupo, acompañando a Little Pepe por la calle, que tiene además una toalla en la mano. Mientras él canta, vemos más calles de Málaga.

Jefe de la M canta, esta vez desde un bar. Está rodeado de amigos, muchos de ellos artistas en la escena del rap. Los chicos bailan y juegan al billar.

Ya de noche, las calles de Málaga brillan con sus luces. Little Pepe canta en el bar, con los chicos de fondo bailando y cantando. Entre las calles, reluce la Alcazaba de Málaga iluminada. Las bolas están sobre el billar. Los chicos se divierten en el bar. Vemos la estación de autobuses de Muelle Heredia. Alguien al fondo se marcha. Observamos el paseo del Parque, del centro de la ciudad. Al final, de nuevo vemos los títulos.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Se muestran planos generales de la ciudad de Málaga con un travelling, simulando un paseo. Estamos ante un entorno natural, realista. Son espacios exteriores de la ciudad de Málaga desde donde los artistas nos enseñan la cultura de su barrio. Se utiliza la iluminación natural del sol.

Esos planos generales de las calles al principio pueden llegar a durar seis segundos, pero la mayoría de los planos van a tener una duración inferior a tres segundos. Se mezclan las diferentes imágenes para acompañar al ritmo de la canción.

Los protagonistas son Little Pepe y Jefe de la M. Ambos visten con ropas anchas, zapatillas de deporte y gafas de sol. En algún momento, Little Pepe porta además una gorra de visera plana o un pañuelo para recoger sus rastas.

El primer plano en que aparece de Little Pepe es un plano corto y otros planos detalle de la bicicleta, hasta llegar junto al Jefe e Ijah. En ese momento, se toman los personajes en un plano medio contrapicado. Ijah y los otros personajes que aparecen a lo largo del vídeo son considerados personajes secundarios. Van a aparecer en diferentes lugares en planos medios y enteros: el muro blanco frente a las casitas y en la puerta de la Colonia Santa Inés. Se utilizan planos medios y medios largos contrapicados de los protagonistas en las estrofas, también cuando aparecen junto a los personajes secundarios.

Dentro del bar, los planos son más abiertos y continúa la angulación ligeramente contrapicada. Este es un escenario interior en el que se ha recurrido a iluminación artificial, usando algunas luces propias del bar y otros focos añadidos.

Para acercarse a los personajes, se hace uso del zoom. En pocos casos se utiliza el plano corto de un solo personaje. Hay también planos detalle, como el nombre de la calle o las bolas de billar.

Se utiliza tanto la cámara en mano como la cámara fija, sobre todo para las angulaciones más contrapicadas. Como movimientos, además de seguimientos y travelling se hace algún paneo horizontal y otro vertical.

- **Banda audio**

La música es sonido over introducido en postproducción. La base sigue una serie de acordes de reggae de teclado con percusión de rap, bombo, caja y charles. Se incluyen vientos y arpegios de guitarra. Las voces las hacen principalmente Little Pepe y Jefe de la M, con apoyo de Ijah y Keyo en los coros. Al final se utiliza un filtro que simula el sonido de radio.



- **Letra de la canción**

¿Ok? el Jefe de la M con Little Pepe
Malagueo extremo, están perdios buscando a Nemo.

Nosotros estamos high high high... high high high...
seguimos right right right...
rap new style! while while!

[Estribillo]
Seguimos high high high (warrior!)
seguimo' intacto en el fight,
estamos right right right (en el barrio!)
dando presión en el mic.
Seguimos high high high (warrior!)
seguimo' intacto en el fight,
estamos right right right (en el barrio!)
vida real en el mic.

Yo sé quién tiene bienes, cupo de fe,
el hijo puto se lo curra y además ¡lo hace bien!
Yo tengo flow duro ¿sabes? Demuestro mi fe,
me levanto sin mis planes y todo va bien.
Aprendo nuevos trucos, nadie me puede, soy sen-sei,
yo tengo mis prioridades, demuestro de mi fley,
cuando Málaga se planta, llega el estrés,
yo hago pisto para partir sobre LP.
Primo yo traigo treapes, ¿quién imita mi swim?
Es poco ético, no lo quieras compartir,
quiero moverlo, ponerle mi voz,
yo nunca dejo mi pasión, te lo transmito con flow.
Empiezo nuevo viaje vip, nueva sintaxis,
sabes the skills, pero nunca sonarás clean,

¡conecto to's hits! Cuido mi feria,
deja tu rollo pa' ti, siente mi mierda..

[Estribillo]
Seguimos high high high (warrior!)
seguimo' intacto en el fight,
estamos right right right (en el barrio!)
dando presión en el mic.
Seguimos high high high (warrior!)
seguimo' intacto en el fight,
estamos right right right (en el barrio!)
vida real en el mic.

Vengo de la Costal del Sol,
la sal de Málaga ahora verá mi flow,
nuestros shows siempre tienen calor,
nacimos libres, somos hermanos del sol.
Vente a sentir la presión, ven,
siente como el bace te golpea el corazón, boom,
somos de la M, puro fuego y sazón,
escucha otro hit Little Pepe con el boss.
Nuestras lyrics no caben en radio,
nuestros discos no se llevan el premio
y pulsan play todos aquí en su stereo,
mira su face, cómo se quean to' serios.
Mucho respeto y nunca usamos el gun,
como Jamaica somos Bombo Clap,
¡original motherfuck esto pataff!
Prepárense que viene mucho más más más más...

[Estribillo]
Seguimos high high high (warrior!)





seguimo' intacto en el fight,

estamos right right right (en el barrio!)

dando presión en el mic.

Seguimos high high high (warrior!)

seguimo' intacto en el fight,

estamos right right right (en el barrio!)

vida real en el mic.

En la M hay mucho que ver,

chicos listos con ritmos que saben qué hacer,

muchas letras en cuadernos, tu presta atención,

si lo quieres ver para aquí, siéntelo.

Solo beats para partir, ya sabes de quién…

del niño que ya creció y que se dió a conocer,

un track para mi gente, me acuerdo men

de La Colonia esté donde esté, ¡siempre!

Ya me conoces, el MC con más que ofrecer,

colabos y beats, no sé dónde los voy a meter

soy un clásico, tengo méritos ¿sabes en qué?

Aprendo siempre de mis orígenes, quiero volver.

Sigo triste si rappers insisten en los business,

quiero decirte que esa mierda no existe,

piensa en otra cosa para crecer,

hoy traigo mítico, clásico, flow, ¡llámalo creme!

[Estribillo]

Seguimos high high high (warrior!)

seguimo' intacto en el fight,

estamos right right right (en el barrio!)

dando presión en el mic.

Seguimos high high high (warrior!)

seguimo' intacto en el fight,

estamos right right right (en el barrio!)
vida real en el mic.

- **Edición**

Se utiliza la edición de tipo lineal, al corte. Con la consecución de los planos de diferente duración y los movimientos de cámara, se crea ritmo en la imagen. Se recrea un tempo más bien lento acompañando a la canción, cercano al reggae.

Desde el principio, se utilizan efectos visuales. Las letras conforman una máscara, dejando ver otro vídeo diferente al que aparece en el fondo de la pantalla. Este recurso se va a utilizar tanto al inicio como al final del vídeo. Para los planos generales de las calles de Málaga, se usa un filtro que simula el ruido y las ralladuras propias del cine antiguo. Este filtro se aplica también a la vez que el filtro de sonido, al final del tema.

Aparte, hay varios efectos puntuales, como un rayo con el que el Jefe pinta con su dedo una "M" en el aire y el cristal de la pantalla que Little Pepe rompe. Se enlazan algunas imágenes con fundidos a blanco, sobre todo de día, fundidos a negro y una cortinilla que produce luces de dominante roja.

La unión entre la música y la imagen persigue una sincronía estética, adaptando la imagen a la música y transmitiendo su mensaje.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Este videoclip es mixto y mantiene la estructura de la canción. Así, en la introducción se hace la presentación del lugar y los personajes principales. En los estribillos canta Little Pepe mientras acompaña a los coros Jefe de la M, también por Ijah y Keyo en algunos momentos. Es durante el estribillo cuando aparecen imágenes de las calles de la ciudad de Málaga, sirviendo como hilo conductor en el tema.

En cuanto a las estrofas, cada MC cantará la suya mientras los otros les hacen los coros. En el tercer estribillo, se añaden a los personajes un grupo de amigos del mundo del Hip hop. La última estrofa del Jefe de la M se localiza en un bar, es diferente a las anteriores porque ya aparecen todos juntos en interior. El último estribillo es igual a los anteriores, con la peculiaridad de que ya es de noche y vemos la ciudad a oscuras.

- **Puesta en escena**

Desde el principio, el vídeo nos sitúa en la ciudad de Málaga mostrando sus calles. No son espacios reconocibles por el extranjero, son calles de barrios de clase media-baja que sólo reconocerían quienes hayan vivido o pasado por ellos.

Los protagonistas cantan sus estrofas desde diferentes zonas del barrio Colonia Santa Inés: delante de una casa baja blanca y en la esquina de unos bloques de ladrillos vistos. Es un barrio obrero en el que se ha criado Jefe de la M. Con el primer estribillo comienzan a mostrarse otras localizaciones, como la playa de la Misericordia, y se suman otros raperos actores secundarios: Ijah y Keyo. Antes de la última estrofa, se amplía el grupo de amigos con más artistas del Hip hop malagueño, que participan como actores secundarios. Hay una mujer que aparece junto al kiosco a modo de figuración realista.

Para terminar, acaban todos en un bar, bebiendo y jugando al billar.

Estamos ante un videoclip mixto. Por una parte, se describe la Málaga de barrios a través de la letra y las imágenes de las calles, pero el vídeo contiene además unas tramas secundarias con programas narrativos:

- Little Pepe pasea con bicicleta y llega al lugar en que ha quedado con Jefe de la M e Ijah.

- Los chicos cantan juntos.

- Alguien descubre el maletero de un coche lleno de discos.

- En el bar, los chicos beben y juegan al billar.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En general, se muestran espacios propios de barrios de clase media-baja. Se observa así en las construcciones, muchas casas y edificios de bloques que presentan en ocasiones pintadas con grafitis o firmas. La ropa tendida afuera también indica la falta de espacio en esos hogares. Toma mayor relevancia el tendedero cuando lo vemos justo tras los protagonistas. Además de la ropa, observamos que hay una gorra de visera plana que Little Pepe toca en un momento dado.

El vestuario de los raperos es el propio del Hip hop, con camisetas y pantalones anchos, gorras y zapatillas deportivas. Aquí además, al estar todos los exteriores rodados de día, utilizan gafas de sol. Sorprende ver que incluso dentro del bar algunos personajes mantienen las gafas. Los peinados de los dos protagonistas se enmarcan también dentro de las tendencias del rap, llevando trencitas y rastas. Además, ambos llevan complementos: Jefe de la M lleva puesta una muñequera con una "M" bordada y Little Pepe lleva un cordón dorado al cuello. Además, vemos una especie de código entre los raperos. Al saludarse, al beber o bailar juntos, llevan a cabo relaciones sociales cargadas de significados.

En cuanto a la iluminación, en los exteriores se ha utilizado luz natural día, reforzada con el uso de styco. Los rayos del sol y los destellos de los efectos colaboran en crear un ambiente cálido, de sol fuerte. A lo largo del videoclip se ve la evolución de la iluminación en el día. Así, si el vídeo comienza con el sol de la mañana, vemos luego la luz de la tarde y finalmente la ciudad de noche. Dentro del bar, se utiliza la iluminación artificial propia del lugar, apoyada por algunos focos.

- **Símbolos**

-Bicicleta: La bicicleta es un medio de transporte que está vinculado con el buen tiempo y el verano. Además, el hecho de rodar con sus ruedas indica el movimiento, la continuidad en el camino.

-"L": Little Pepe hace alusión a su propio nombre simulando la letra "L" con la mano.

-Camiseta del Málaga Club de Fútbol: Little Pepe lleva puesta en algunos momentos la camiseta del



Málaga. Con ello demuestra que forma parte de la afición y es un fiel seguidor del equipo, apoyando a su ciudad.

-Cartel “Calle Manuel Rivadeneyra”: Esta calle se encuentra sita en el barrio Colonia Santa Inés. Forma parte de la historia de la vida de Jefe de la M, criado en dicho barrio.

-“M” dibujada con el dedo: En un punto de su estrofa, el Jefe pinta con su dedo al aire una “M”, remarcada en postproducción con un destello fugaz de luz. Es la “M” de Málaga, y representa a su ciudad. Es la misma “M” que lleva en la muñequera y la misma que acompaña a su nombre artístico.

-Pistolas de plástico: Las pistolas que usan los protagonistas son pistolas de agua. Aquí no hay luchas entre bandas con armas, aquí hace calor y la gente se divierte con este tipo de juguetes.

V-RESUMEN VALORATIVO

Como indica la letra desde el principio, con este tema se hace “malagueo extremo”. Desde Málaga, dos raperos malagueños, Jefe de la M y Little Pepe, nos cantan. Con la bicicleta nos invitan a un paseo por diversos barrios de la ciudad que veremos gracias al travelling. Es un paseo rodado, tranquilo, que muestra la continuidad de los artistas en el mundo del rap y cómo siguen haciendo su música desde sus barrios.

Con sus estrofas el Jefe de la M pone letra y “flow duro” a un tema musical que él mismo ha producido. Se considera a sí mismo un artista completo, puesto que produce, canta y hace buenos temas, muchos hits. Pero no olvida sus orígenes, de ahí que veamos las calles de su barrio, Colonia Santa Inés. Invita al espectador a sentir su música, pues tras tantos años de experiencia su flow se ha convertido en materia clásica, dando nombre al tema.

El juego de iluminación y la importancia del sol y la luz se acentúan con la letra de Little Pepe, que se presenta como “hermanos del sol”. Por otra parte, a Málaga la aDJetiva como “fuego y sazón”. Hace además referencia al rap, a lo difícil que es hacerle hueco en el mundo de la música y, sin embargo, en

Málaga se les escucha y son reconocidos.

Al final, una serie de artistas del rap malagueño se unen a los protagonistas para hacer un llamamiento al público y llevarlo a considerar que en Málaga se hace buen rap underground, no comercial. Forman parte de toda una escuela del rap malagueño, en la que no hay peleas, sino colaboraciones.

Como dice el estribillo, nos vienen a mostrar "vida real en el mic". No presentan a Málaga como ciudad turística, con sus monumentos y sus elementos culturales más conocidos. Sólo al final del vídeo se ve en la oscuridad la Alcazaba. Enseñan a Málaga como la ciudad formada por los barrios de clase media-baja, donde habita la mayoría de la población, y llegan para demostrar que desde esos pequeños barrios se hacen grandes cosas. Ellos mismos comenzaron y continúan en el rap desde sus barrios, alcanzando nivel y reconocimiento. Piensan continuar en esta tarea. Aunque haya acabado el día, ellos siguen con su música, tal y como continúa el paseo por la ciudad.

6.6. *Mentiras,* Tote King

I-IDENTIFICACIÓN

Mentiras es un tema producido por Big Hozone, perteneciente al álbum Un tipo cualquiera, publicado en 2006 y reconocido en la revista *Rockdeluxe* como uno de los mejores discos en los diez primeros años del siglo XXI. Este videoclip cuenta con más de un millón y ochenta mil visitas en YouTube.

Dura tres minutos y cincuenta y cuatro segundos, y se presenta en formato panorámico 16:9. Se enmarca en un contexto social actual, y está dirigido al espectador mayoritario, a todo aquel que vive los primeros años del nuevo siglo.

Estamos ante un videoclip mixto en el que se hace una clara descripción de todas las mentiras en la que nos involucra nuestra propia sociedad, simplemente por formar parte de ella, a través de pequeñas narraciones.





II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

El videoclip comienza con una cabecera de lo que parece un telediario. Un ojo, la bola del mundo y el rótulo "Totediario" nos indica que efectivamente es un telediario, aunque la música está muy cerca del rock. Aparece Tote King sentado en una mesa, a modo de presentador del telediadio. Comienza a cantar y a desmentir algunas cosas de esta sociedad. En infografía podemos leer su nombre: "Tote King". El vídeo cuenta con un logo, al igual que una cadena oficial de televisión. Además, bajo la imagen podemos ver letras pasando, es la letra del tema que canta el MC.

Mientras Tote canta, una pantalla secundaria aparece en la parte superior derecha de la imagen, donde hay dos banderas de España. Se pone a pantalla total, y en ella podemos ver a dos mujeres ondear las banderas, sentadas en un salón de estilo clásico. Una, con un tocado, señala directamente al público; la otra hace los cuernos con la mano. El MC sigue cantando mientras en la pantalla adicional vemos una comparación entre el rayo de Flash Gordon y el de ACDC. En esa pantalla, más tarde, se da la noticia del virus de Norton.

En la pantalla secundaria está Santa Claus Se pone en pantalla completa y Santa Claus se acerca con un radiocasete por un puente. Ya cerca baila junto a la radio. Tras una transición, vemos a tres chicos en un banco, manifestándose contra los yankees con pancartas. Tote canta junto a ellos.

Comienza el estribillo y Tote dice directamente a cámara "Y es mentira". Los chicos empiezan a bailar sentados en el banco. Santa Claus baila con su radio al hombro. En ese mismo puente, Tote canta y de fondo Santa baila. Uno de los chicos del banco se dirige también a cámara, cantando la letra. Tote canta sobre el puente haciendo los cuernos con las manos. En plató, con el guión en la mano sigue cantando. De nuevo se dirige al público con "Y es mentira".

La pantalla se divide en dos por la mitad, de forma vertical. A la izquierda, santa baila; a la derecha, la señora de la bandera también baila, pero de pie. Sobre el puente, Santa Claus baila de perfil, haciendo movimientos de caderas. Tote sigue cantando a cámara, mientras la mujer de la bandera enloquece y los chicos del banco siguen bailando y cantando. En el puente, Santa eleva las manos bailando.

De vuelta en el plató, Tote sigue dando noticias, cantando, mirando directamente a cámara. La letra del tema sigue saliendo por la parte baja de la imagen. Surge otra vez la pantalla adicional, donde la imagen acompaña a la letra. Vemos en esa pantalla alguien vestido de perro, se coloca a pantalla completa. En el fondo, todo son fotos de Ricky Martin. Una chica se chupa el dedo. Una fotografía de Ricky Martin parece bailar. La niña moja el dedo en Nocilla y sigue chupándoselo. Le da Nocilla al perrito, y vemos diferentes imágenes de ambos en la habitación, sentados en la cama.

Tote sigue cantando mirando a cámara en plató, revolviendo los papeles del guión. En el estribillo, lo vemos cantando junto a los chicos del banco y en la habitación de la chica. Santa, la señora mayor y la chica se dirigen también a cámara cantando. Tote está sobre el puente con Santa Claus. Éste empieza a bailar estilo breaker.

En el plató, Tote canta a cámara, y en la pequeña pantalla se ve aquello de lo que habla. Alguien está viendo al Tote en una pequeña televisión. Es el propio tote, está en un camerino, esperando quizá salir a escena. Apaga la televisión y se lleva las manos a la cabeza, mira al espejo y se habla a sí mismo. Una cámara muestra una guitarra en primer término. Alguien la toca en un concierto. Tote canta paseando por unos pasillos. El guitarrista toca, un batería también. Tote baja unas escaleras, cruza un pasillo y sale a escena.

Sobre el escenario, canta Tote King y su grupo lo acompaña. El público mueve la mano al ritmo del rap. Acaba el concierto en plató, Tote se levanta y deja su puesto.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

El personaje principal es Tota King, quien canta y va desmintiendo. Todo aquello a lo que hace referencia son elementos culturales, de un modo u otro, pues está hablando en todo momento de las mentiras de la sociedad en que vivimos. Cada personaje secundario aparece en una localización diferente, interior o exterior, y el Tote estará por momentos junto a ellos. Pero las dos localizaciones que ganan importancia con respecto al protagonista es el plató de televisión y el escenario, lugares interiores con luz artificial. Con el vestuario y el maquillaje se ha querido clasificar a los personajes secundarios. Así vemos a las



señoras vestidas a modo clásico frente a los chicos del banco, manifestantes hippies. Disfrazados están Santa Claus y un perro también. En cada ambiente hay un atrezzo pensado a conciencia.

Los planos de Tote en plató son planos de tamaño medio y corto, salvo algún general que muestra el plató en su totalidad, como al final del vídeo. Suelen ser frontales. En la calle, sin embargo, Tote canta mirando a cámara en planos medios y cortos muy contrapicados. Vemos un plano entero bailando junto a santa Claus.

Los demás personajes aparecen siempre con planos contrapicados. Los planos de las señoras son contrapicados, ensalzándolas. Aparecen en tamaño general, medio e incluso corto. Santa Claus intenta hacerse el rapero. Lo vemos así en planos generales y cortos bailando con su radio a cuestas. Los chicos del banco también aparecen en planos de diferentes tamaños. Se utiliza en varias ocasiones la cámara fija en una posición y son los personajes los que crean profundidad, apareciendo a diferente tamaño, en primer o segundo término. De igual modo sucede en la habitación de la chica. También hay planos detalle, como es el caso de la Nocilla.

Se hace uso de la pantalla compartida, apareciendo una pantalla secundaria arriba a la derecha en la que se van exponiendo en imágenes las noticias que la letra cuenta. También se utiliza la pantalla partida en vertical.

En el camerino, se utilizan planos medios y cortos de Tote con una angulación de tres cuartos y frontales en el espejo. Terminará con planos contrapicados medios yendo por los pasillos hacia el escenario. La guitarra sale con todo detalle al grabarse desde una cámara acoplada a ella, desde ambos extremos del mástil. Una vez en el escenario, hay planos medios de los artistas, contrapicados y con zoom. Se utiliza una cámara en posición picada para obtener un plano general del escenario al completo. Hasta ese momento, la cámara se había utilizado en posición fija. A partir de que Tote recorre los pasillos hacia el escenario se empieza a mover, aquí con su seguimiento. Ya en el concierto, hay paneos verticales y horizontales y se usa el zoom.

Los planos son de corta duración, inferiores a tres segundos, incluso a un minuto. El último plano general del plató del telediario sí dura más a modo de coleo para acabar fundiendo el vídeo a negro.





- **Banda audio**

La música se utiliza como sonido over incluido al vídeo en postproducción. Al principio y al final se escucha un efecto similar al pase de la película antigua de cine. La base de este tema de rap se basa en el rock. Se utilizan guitarra eléctrica y batería, enriquecidos con cuerdas picadas en ciertas partes de las estrofas y el sample de una voz de rock.

- **Letra de la canción**

Huh, Huh!!! Ronnie James Dio está en la casa matando al dragón, Rock and Roll...

Vengo de un terreno con sol donde tos se conocen,
donde las madres dicen: " Mi hijo es mu bueno", y su hijo le pega al profe,
el mismo con 20 se mete en la pasma,
el franquismo aunque no está se siente como un miembro fantasma.
Los mejores pucheros, profesionales raperos,
bares de menú que parten la franquicia del MacDonalds entero.
El rayo de Ac/dc no es de Flash Gordon,
el flúor no limpia los dientes, los virus los fabrica Norton,
los políticos se han inventao otro idioma,
los desechos somos las personas,
los medios se quieren involucrar
con el rap sin preguntar las dudas y ¡No!
Santa Claus vestío de rapero en navidad no ayuda,
las felpas en el pelo...alternativos antiyankis
con ropa rota y parcartas en el suelo,
tienen sus marcas, créelo, al menos están en pausa,
el sexo alivia la tensión, mientras que el amor la causa.

[Estribillo]
¡Y es mentira!, ¡coge tus mierdas y te piras!,
esa tarjeta cuándo vence, cuándo expira,
estáis tan preocupados del papeleo...sois carne de cañón,



la ética es obligatoria y no la religión.

¡Y es mentira!, ¡coge tus mierdas y te piras!,

haced más coches, ya casi ni se respira,

la población sumisa, las fichas del "Quién es quién"

mientras los de arriba nos digan que to va bien...

Estudia pa labrarte un buen trabajo, algo de provecho

y quizás con enchufe seas algo menos que un sin techo.

La universidad es mentira, no se ofendan,

yo lo he visto de cerca es más falso que el teletienda, te engatilla...

Me recuerda mucho al caso del perro,

la niña, Ricky Martin, la nocilla.

Mientras el gobierno te cuida con ley anti-tabaco

¿la salud? Sí, claro ¡y comprar una casa es un atraco!

Cierra, te machaco, por tu culpa maltrato al micro ¿qué esperas?

¿qué pidan permiso pa pisar la acera?

¿qué vengan de fuera pa limpiarte a ti el cristal?

Vale acabas de meterte en la 3ª mundial, pero...

Propongo puede haber algunos cambios ¿no?

cuando estalle la contienda mandamos a Tony Blair tocando el banjio,

ea, aquí los tienes...

Si la sala suena mal no me engañes, suena mal aunque se llene.

[Estribillo]

¡Y es mentira!, ¡coge tus mierdas y te piras!,

esa tarjeta cuándo vence, cuándo expira,

estáis tan preocupados del papeleo...sois carne de cañón,

la ética es obligatoria y no la religión.

¡Y es mentira!, ¡coge tus mierdas y te piras!,

haced más coches, ya casi ni se respira,

la población sumisa, las fichas del "Quién es quién"

mientras los de arriba nos digan que to va bien...

La iglesia es mentira está llena de engaños,

Marilyn Manson no era el niño de "Aquellos Maravillosos Años"

y si la naturaleza se está vengando como tos decís,

no entiendo cómo es tan torpe y se equivoca siempre de país.

Confunden héroes con logos y edificios,

ningún presidente humano puede sacar a otro humano del vicio,

es siempre así desde el inicio,

"quiero montar un negocio pa que tú lo lleves...con sacrificio".

No llevo suelto encima anda págame tú esto,

te lo juro sólo veo si tengo correo y me desconecto,

un rato más y nos vamos,

te prometo que esta vez es verdad

mañana quedamos pa hablar y lo dejamos,

mentiras de to los colores, especialistas, artistas,

algunos las llaman faroles,

caemos, repetimos, y lo sabemos, estamos presos

y aunque sepamos que no, decimos: "ya nos llamamos si eso..."

[Estribillo]

¡Y es mentira!, ¡coge tus mierdas y te piras!,

esa tarjeta cuándo vence, cuándo expira,

estáis tan preocupados del papeleo...sois carne de cañón,

la ética es obligatoria y no la religión.

¡Y es mentira!, ¡coge tus mierdas y te piras!,

haced más coches, ya casi ni se respira,

la población sumisa, las fichas del "Quién es quién"

mientras los de arriba nos digan que to va bien...





- **Edición**

Se ha recurrido a la edición lineal, por corte. En ciertos momentos se usa el fundido a negro inicial y final. También se usa el fundido entre imágenes cuando el artista pasea por los pasillos hacia el escenario.

Al principio vemos una cabecera del diario, y como diario, en él aparecen el logo de la cadena de televisión e infografía, como el nombre del presentador y, en lugar de noticias, la letra del tema pasando bajo la imagen. Podemos ver la aparición de una imagen segundaria cuando Tote está en plató, y en ocasiones esa pequeña pantalla aumentará de tamaño hasta ocupar todo. También se utiliza la pantalla dividida verticalmente, y en ambos lados alguien baila.

Se ha utilizado también imagen fija, en el caso del dibujo que hace referencia a la universidad, y otras noticias que aparecen en la pequeña pantalla. Se ha recreado el baile de Ricky Martin usando también una imagen fija del artista, volteada horizontalmente y cambiándola de posición.

El ritmo de la música es la inspiración para el montaje. Se utilizan planos cada vez más cortos y de muy corta duración para recrear el tempo del tema musical. La unión música-imagen se da por unificación, en todo momento lo que dice la letra aparece subrayado gracias a la imagen.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Estamos ante un videoclip que mezcla narración y descripción, es mixto. Durante todo el vídeo, el protagonista describe una serie de verdades ocultas, pero podemos ver cierta narración en cada noticia, así como en la estructura del vídeo en general. Diferenciamos dos bloques referentes al personaje principal y un gran bloque central en el que se entremezclan actores secundarios.

-Por un lado está el plató de televisión, donde el protagonista dice las verdades. Se mantiene la cámara fija y lo vemos tras una mesa, de frente. Su posición se mantiene estática.

-El groso del vídeo se pasa entre personajes secundarios en diferentes ambientes. Son noticias y grandes mentiras que el artista va desmintiendo, apareciendo en plató o juntos a los personajes.

-Todo cambia cuando descubrimos al protagonista en un camerino. Apaga la televisión y se marcha por los pasillos, ya hay movimiento de cámara y fusión entre las imágenes, cambia la edición al final de la última estrofa. Llega el artista al escenario y vemos un concierto real. En el último estribillo se desarrolla una realización más movida.

- **Puesta en escena**

La escenografía también tiene un papel importante en la estructura. Como hemos explicado, hay dos localizaciones interiores en las que se centra la atención en el protagonista: el plató de televisión y el escenario. En ambos casos, son interiores en los que se utiliza luz artificial. Por otra parte, los personajes secundarios aparecen en exteriores e interiores, en la calle o en sus casas.

El Tote es el presentador de televisión que dice las verdades de la sociedad, frente a las mentiras que nos pretenden entremeter. Mira y rapea directamente a cámara, acercándose al público desde una posición de informante veraz. Los personajes secundarios son referencias a las verdades cantadas. Aparecen así unas señoras mayores nacionalistas, unos chicos jóvenes rebeldes, Santa Claus y el perro de Ricky Martin.

Estamos ante un videoclip descriptivo en el que Tote King cuenta las verdades de la sociedad en que vivimos.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

Como hemos comentado, la narración general en el vídeo se refuerza gracias a los espacios de rodaje. Cobran especial relevancia para el desarrollo de la acción. En primer lugar está el plató de televisión, frío, estático, donde el propio hecho de dar la noticia ya es una mentira. Tote King está haciendo un

telediario falso. La iluminación artificial es muy plana. Frente al plató, está el escenario que aparece al final, donde ya hay movimientos de cámara y del propio personaje. El directo además está relacionado con lo auténtico, es el momento de la verdad. Aquí también se gana en iluminación, contrastando la oscuridad con luces verdes y amarillas.

Cada espacio en que se ubican los actores secundarios, así como sus vestidos y maquillaje, son importantes. Las señoras mayores visten de forma clásica, mostrando su pertenencia a una clase social media-alta, bien peinadas y potando joyas. El salón en que están subraya esta idea. Es un salón clásico, con buenos muebles de estilo provenzal, libros y cuadros. La iluminación se centra en una única lámpara y un par de velas. Son señoras nacionalistas, franquistas, con las banderas de España.

En la calle vemos un frívolo intento de Santa Claus rapero, un hombre vestido de rojo con un radiocasete al hombro, haciendo algunos pasos de break. En los exteriores se utiliza una iluminación natural.

Frente a las señoras, aparecen los chicos jóvenes sentados en un banco en medio de la calle. Representan a otro estrato social de clase más baja. Llevan ropas desgastadas, gorro y gorra, son hippies. Dos llevan el pelo largo, y algunos están bebiendo en plena calle. Llevan pancartas en contra de los yankees.

Por último, aparecen los personajes secundarios protagonistas de una leyenda urbana sobre una chica joven, Ricky Martin, un perro y la Nocilla. El espacio es la habitación de la niña, fan del cantante, como se va al estar empapelada de fotografías de Ricky Martin. La iluminación es intimista, sólo cuenta con una luz de la lámpara de noche y la iluminación cenital que resalta el rojo de la colcha.

- **Símbolos**

-La Tierra: La cabecera del telediario muestra un ojo y la Tierra girando, es una metáfora, ha llegado la hora de hacer visible los problemas a nivel mundial.

-"Totediario": Es un nombre inventado para este telediario inventado. No deja de ser una burla de los telediarios reales y los medios de comunicación de masas, en general, donde personas con cierta influencia sobre la población dicen las mentiras que marca un guión.



-Hojas del guión: En varias ocasiones vemos al Tote agitar las hojas, más cuanto más alterado está. Al final del vídeo, las une y amontona todas, dando por finalizado el telediario. Son el guión, las mentiras que quieren comunicar a la sociedad para engañarla.

-Banderas de España: La bandera de España es un símbolo de su nacionalidad. Las señoras las agitan, mostrando su patriotismo y nacionalismo. Sin embargo, después descubriremos que sólo es facha, pues ellas fuman y hacen gestos con las manos que nos indican que no son tan formales como parecen.

-"Yankees go home": Las pancartas de los chicos del banco indican rechazo hacia los americanos, mandándolos a casa. Pero después los vemos bebiendo Cocacola, es una falsa más.

-Radio cassette: El radio cassette es uno de los medios de reproducción con los que se escuchaban los primeros temas de rap en la calle, es un símbolo que representa la cultura Hip hop.

-Apagar la televisión: Este gesto marca un antes y un después en el vídeo, es el punto culmen. Apagar la televisión para el MC supone dejar de escuchar mentiras e ir en busca de las verdades, como es en su caso salir al escenario a cantar.

V-RESUMEN VALORATIVO

Tote King aparece como presentador de los informativos "Totediario". Sabemos que es un telediario inventado, falso, pero él ha escogido ese papel para obtener más credibilidad ante el público. Es realmente una mofa hacia los medios de comunicación de masas, que sueltan a diario una sarta de mentiras que se cree la mayoría de la población.

Las primeras frases de la estrofa ya sitúan al público u oyente en el sur de España: "Vengo de un terreno con sol donde tos se conocen, donde las madres dicen: " Mi hijo es mu bueno". Indica que vive en Andalucía, tanto por la alusión al sol como el hecho de hablar en andaluz.



Tote empieza a decir una serie de verdades, desmitificando algunas creencias generalizadas que se han

impuesto en nuestra sociedad. Entre ellas, considera que el franquismo y sus seguidores aún existen, aunque nadie los quiere ver, y que los medios quieren acercar el rap a la población con formas equívocas.

Con los personajes secundarios hace evidente las contradicciones de las propias creencias de las personas: Señoras nacionalistas fumando o antiyankis bebiendo Cocacola. El propio Santa Claus es muestra de una gran falsa montada en toda la sociedad a nivel mundial. Como indica el estribillo, todo es mentira. Las personas son borregos, "carne de cañón", que se creen que todo va bien porque así lo indican los gobernantes.

En la segunda estrofa, el Tote reflexiona sobre grandes problemas de la sociedad, como son la educación, la vivienda o la salud. Es ahí cuando se altera realmente y comienza a hacer una serie de preguntas sin respuesta. Para reforzar en ese momento la importancia de la letra, hasta el final de la estrofa sólo vemos al protagonista en plató transmitiendo el tema.

Tras el estribillo, la música se simplifica y la letra se cierne sobre la iglesia, otra gran mentira. Cuando ya los problemas tratados son a nivel mundial y no pueden tener mayor alcance, vemos al protagonista viendo la televisión. Decide apagarla y, cansado, se echa las manos a la cabeza. Se mira al espejo y parece no reconocerse entre tanta falsedad. Entonces lo vemos andar por unos pasillos, cambia la edición, las imágenes se funden y adquieren mayor movimiento. Está dando pasos por él mismo hacia la verdad, y la verdad está en un escenario. Para los artistas del rap, de la música en general, el directo es el momento más real, de demostrar la verdad.

Tote King nos trae una lección de la mano del rap. Presenta la preocupante situación en que vivimos los andaluces, y la sociedad a nivel mundial. Todo es mentira a nuestro alrededor, los gobernantes crean una serie de mentiras que la mayoría de la población se creen. Tote nos invita a apagar los medios que tanto contaminan, pensar por nosotros mismos y descubrir nuestra realidad.

6.7. *S.E.V.I.L.L.A.*, SFDK

I-IDENTIFICACIÓN

S.E.V.I.L.L.A. es un tema del álbum Siempre fuertes 2 del grupo sevillano SFDK, grabado en 2009 en SFDK Récords, su propio sello. Fue nombrado Mejor Álbum de Rap por los Premios de la Música. Éste es el primer videoclip del LP. Es un tema musical hecho por sevillanos en el que además participan otros artistas sevillanos como Raimundo Amador, Pepe Bao de O'Funkillo y actores de la serie *Malviviendo*.

El vídeo tiene una duración de tres minutos con tres segundos, y está en formato panorámico 16:9. El contexto podría enmarcarse en la actualidad, en el mismo año en que se publicó el vídeo musical. Se trata de un videoclip descriptivo, su sinopsis se puede resumir en "El cantante habla de su tierra".

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Vemos aparecer un barco en el río Guadalquivir. Alguien hace scratches al filo del río, frente al puente de Triana. Es Acción Sánchez, DJ de SFDK. Estamos en Sevilla. Acción y Zatu, el MC, hacen con las manos las distintas letras de la palabra "Sevilla", mientras continúa el DJ a los platos. Aparece la Torre del Oro en pantalla.

Cuando empieza la estrofa, Zatu pasea por el Puente del Alamillo. Continúa cantando desde la orilla del río, y la cámara nos muestra de nuevo la Torre del Oro, el río y el puente de Triana de fondo. Se suceden una serie de planos rodados cerca del río, y la letra hace referencia al mismo.

El barco del inicio pasa bajo un puente y navega por el río. Los dos protagonistas cruzan por encima de un puente mientras la canción sigue. Hay dos hidropedales juntos sobre el río. En ellos, Zatu canta de pie mientras, sentados, vemos a otros artistas sevillanos. Continúa el cantante paseando cerca del río, y al final de la estrofa saca una cadena de perro, señalando su propia cabeza.





Empieza de nuevo el estribillo y volvemos a ver a SFDK haciendo con señas las letras que componen la palabra "Sevilla", pero ahora también están acompañados. La imagen se torna a blanco y negro. Sobre el hidropedal, Zatu bebe una cerveza. En el barco, cantan junto a otros amigos.

Comienza de nuevo la estrofa y ya es noche. Zatu canta a cámara debajo de varios puentes de Sevilla. Los dos protagonistas pasean por un callejón oscuro. Zatu continúa la letra debajo de un puente con vistas a la orilla de Sevilla iluminada.

Con el estribillo, de nuevo vuelven a marcar las letras con las manos, cada vez acompañados por más amigos que imitan esos gestos. El vídeo acaba con esta reunión de amigos a la orilla del río Guadalquivir, mientras vemos al fondo la ciudad de Sevilla de noche. Sorprende la imagen del puente de Triana y su reflejo en el agua. Bajo él, Zatu se acerca a cámara al acabar el tema.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

El vídeo comienza impactante de negro al plano entero y contrapicado de un barco que entra en la imagen a cámara lenta, mientras se hace un paneo de izquierda a derecha. Es uno de los planos de mayor duración, el resto van a ser planos cortos, de unos cuatro segundos o menos cada uno. Estamos en el Guadalquivir, en la ciudad de Sevilla. Los espacios son exteriores y la iluminación natural en la luz día y artificial en la luz noche. Se utilizarán distintos efectos para modificar el color de la imagen, como explicaremos más adelante.

Se usa la steady cam para rodar la parte del DJ, tomando desde planos medios hasta detalles, haciendo paneos. También hay un plano entero picado que muestra los platos al completo. Acción Sánchez es el primer personaje que vemos, y será protagonista del vídeo junto a Zatu, el MC. Ambos llevan una vestimenta actual, propia del estilo Hip hop, con ropas anchas y gorras de visera plana.

Desde un punto de vista contrapicado, aparece el plano medio de los dos integrantes de SFDK imitando las letras, dirigiéndose a cámara. Se usan planos generales para mostrar la ciudad de Sevilla y algunos de sus elementos arquitectónicos más destacables. A lo largo de la estrofa, se suceden planos medios y

cortos de Zatu cantando a cámara, la mayoría de ellos contrapicados. Muchos se han rodado cámara en mano, no son fijos, sino que siguen la acción. En los estribillos también predominan los planos medios, medios largos y cortos de los artistas.

Resalta el plano corto de Zatu y el plano entero con sus amigos cuando aparecen los hidropedales, ya que la cámara rodea a este grupo manteniéndolos centrados en el plano, girando en torno a ellos. En determinados momentos se usa este plano a cámara lenta.

En la segunda parte de la letra, se utilizan planos más largos, como planos medios largos de Zatu cantando a cámara. La cámara se acerca. Los planos generales se limitan a mostrar la ciudad y sus elementos culturales, como el puente de Triana y su reflejo. Hay un plano detalle de las piedras que forman el puente en el que se utiliza el trasfoco.

Durante el último estribillo también predominan los planos medios largos de los artistas, salvo un plano corto de Zatu en el que además se vuelve a hacer trasfoco. Se usa la cámara lenta a modo de retrato, contrastando con el temblor de cámara aplicado a los planos del MC. Un plano general muestra la reunión de amigos y finalmente Zatu aparece en un plano contrapicado acercándose a cámara, y funde a negro.

- **Banda audio**

Toda la música es sonido over, añadida en postproducción. El tema comienza con música de órgano acompañada de la percusión. Después Acción Sánchez comienza a producir scratches y jugar con el sample de Zatu "Yo me he criao aquí". La base une música electrónica y percusión con la melodía del órgano. La voz principal es de Zatu, que se dobla haciendo coros en los estribillos.

- **Letra de la canción**

[Estribillo]

S. Yo me criao aquí.

E.

V. Yo me criao aquí.

I. Yo me criao aquí.



L. Yo me criao aquí.

L.

A. Yo me criao aquí.

Vivo donde los trescientos fueron tres mil,

donde un puente representa nuestro instinto viril,

donde gente y el rapero destaca,

mi grupo puso este sitio en el mapa

los bares de tapas, salmuera y barril.

Rey poeta como Almutamid, subid a la vid

mis huevos ocupan el prado como el caballo del Cid.

El metro, el tranvía con cables, ciudad de interior

pero con río navegable, folláis y fingís.

Nos llega calentito el hachís,

Menuda estampa, no escampa, es el agua de abril,

tenemos Hardcore, Reincidentes y Raimundo Amador,

tenemos series, residentes malviviendo en rulots.

Si traen más guiris de erasmus avisadnos, coño,

vinieron en verano y perecieron de un espasmo, parece un complot.

Tenemos Funk, Rock, Reggae, Hip hop,

también al perro Juan que vive recordado en mi blog.

[Estribillo]

Si digo S, ya lo dicho tantas veces.

E, salgo pensando en volver

Si digo V, son las imágenes que retuve.

I, son las cosas que aquí conocí.

Si digo L, ellos esperaban XL

L, va, así me fumo un dos papeles

A, hermano si la quieres de verdad por el peso de una flaca no abandones tu ciudad, va.

Vivo donde nadie a nadie quiere conocer,

donde existen más iglesias y menos gente con fé,

donde el río se desbarata haciendo en medio una isla guapa

mientras un yonki pide plata pa tabaco y café.

Dos orillas unidas por los francés, las dos pisé,

nace un cine y nos visitan los hermanos Lumière.

Vivo en la ciudad del sol, el cual nos baña con su gracia

Plaza España Luck enlaza con la guerra de las galaxias, volved.

Hay famoseo y jet set,

hay grupos buenos,

rapeo con los deos del pié,

es mi terreno, amor desde mi sexto LP.

Luego nos vemos, cuidao donde te vas a meter.

El clima es bueno,

de noche así la moto mata al coche,

en este anafe, mirando al valle desde el aljarafe componemos.

La vista es más bonita, creo que es eso,

estoy bajando la montaña igual que la bajó un tarteso.

[Estribillo]

Si digo S, ya lo dicho tantas veces.

E, salgo pensando en volver

Si digo V, son las imágenes que retuve.

I, son las cosas que aquí conocí.

Si digo L, ellos esperaban XL

L, va, así me fumo un dos papeles

A, hermano si la quieres de verdad por el peso de una flaca no abandones tu ciudad, va.

- **Edición**

Se ha recurrido a la edición lineal, por corte. Es un vídeo muy descriptivo, en cuyo montaje abunda la aparición del cantante desde diferentes perspectivas, con Sevilla de fondo. La imagen sigue el ritmo de la música, recreando el tempo con el uso de la cámara lenta y los movimientos suaves.



La sincronía música-imagen es una sincronía estética que sigue un propósito, no es aleatoria. Como efectos en la edición, además de los fundidos a negro inicial y final, se modifica el color del vídeo. Así, al principio del videoclip distinguimos los colores, pero están suavizados, sin contraste, y fundidos al negro en los bordes de la imagen. Cuando llega el estribillo, la imagen parece tornarse a blanco y negro, pero resaltan los verdes. Al retomar la letra, cambia la iluminación a luz noche, donde también destaca el verde. Es una imagen muy contrastada.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Estamos antes un videoclip descriptivo que mantiene la estructura de la canción:

-Introducción: La introducción instrumental nos presenta la acción en Sevilla. Se mezcla con los scratches de Acción Sánchez, como aparece en la imagen, y vemos a los dos protagonistas: DJ y MC.

-Estrofa: Cuando comienza la letra, aparece con mayor frecuencia Zatu cantando a cámara, andando por Sevilla o cerca del río. Se mantiene la iluminación inicial.

-Estribillo: Cambia la imagen a blanco y negro, resaltando sólo el color verde. Aparecen más artistas junto a SFDK haciendo las letras de “Sevilla” con las manos.

-Estrofa: Ya es de noche, el cambio de luz nos indica que comienza otra parte de la canción. Vuelve a ser protagonista Zatu cantando a cámara.

-Estribillo: Aún de noche, Zatu canta y SFDK junto a sus amigos vuelven a remarcar las letras de “Sevilla”.

-Final: El final instrumental acaba acompañado de la imagen de SFDK junto a sus amigos ya relajados, y se muestran algunas imágenes de Sevilla de noche. Zatu se despide asomándose a la cámara.

- **Puesta en escena**

El vídeo ha sido rodado íntegramente en Sevilla, tomando exteriores que presentan elementos característicos que la identifican. Los personajes principales son el MC Zatu y su DJ, Acción Sánchez. Después aparecen como personajes secundarios los demás artistas presentes en el vídeo. Así, vemos a Raimundo Amador, Pepe Bao y actores de la serie *Malviviendo*.

Pese a ser un vídeo descriptivo, destaca una clara idea: SFDK es sevillano.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

La localización del videoclip es parte importante para la comprensión de su significado. Este vídeo ha sido rodado en su totalidad en exteriores de Sevilla, mostrando la ciudad, el río Guadalquivir, la Torre del Oro, Triana y su puente. Se establece un claro vínculo entre SFDK y Sevilla.

En cuanto a la vestimenta, los personajes aparecen con ropa moderna de estilo rapero, con complementos como gorras de visera plana o piercings. Les da un aspecto duro, vacilón.

La iluminación es natural durante el día y luz artificial propia del lugar durante la noche. El color en la imagen se ha modificado después, en postproducción. Destaca una predominante luz verde al fondo, que aparece acompañada de humo en algunos momentos.

- **Símbolos**

-Barco: Un gran barco circulando por un río supone realizar una travesía, es el viaje de la vida. Representa estabilidad, grandeza, y a su vez la continuidad, pues el barco aparece siempre en movimiento, siempre sigue adelante.

-El río: El río Guadalquivir es un río navegable de gran relevancia a lo largo de la historia de Sevilla, y que forma la columna vertebral de ésta. El río es el camino a recorrer, es como la vida misma.

-"Sevilla": Cada letra que simulan con las manos son símbolos que unidos forman la palabra "Sevilla". Conforme avanza el vídeo, son más las personas que recrean esos símbolos. Por ello, cada letra que sale de cada persona es el reflejo externo, físico, del sentimiento interior de formar parte de la ciudad de Sevilla.

-El Puente de Triana: Es un símbolo de la Sevilla más pura y auténtica, paso con años de historia que une la ciudad con una zona de pescadores. Aparece tanto de día como de noche, resaltando su diseño.

-La Torre del Oro: Destaca como símbolo principal sevillano, característico, que identifica a la ciudad.

Aparte, encontramos una serie de elementos que generan síntomas de estar ante una reunión relajada de buenos amigos, como puede ser el pasear en hidropedal o tomar cerveza.

V-RESUMEN VALORATIVO

Desde el principio, SFDK nos invita a un viaje. El barco representa al grupo, que lo vemos llegar grande, potente, y el río es el camino por la vida. Podría tratarse de un río cualquiera, pero descubrimos que es el río Guadalquivir, la columna vertebral de Sevilla y Andalucía. SFDK nos describen su tierra y su historia, y lo hacen en andaluz.

Los dos protagonistas hacen su arte dirigiéndose directamente a cámara, estableciendo un contacto claro y directo con el espectador. Han recurrido a imágenes de los elementos arquitectónicos más destacables de la ciudad para que la reconozcan y admiren. La letra hace una descripción de la ciudad, mientras SFDK nos da un paseo por Sevilla. Se hace referencia directamente a algunos de esos elementos, como el Puente del Alamillo "donde un puente representa nuestro instinto viril", o el río Guadalquivir "con río navegable". Cuando hablan de los artistas de Sevilla, algunos están presentes en el propio vídeo. Son muchas las referencias que se hacen a la historia de Sevilla, desde los árabes hasta el Cid. No podían

faltar pinceladas sobre la historia del cine, que tanto gusta al MC.

Zatu canta también sobre la sociedad de Sevilla, es un trovador de la actualidad. Trata sobre las contradicciones reales de la ciudad, donde lo mismo hay famosos que yonkis, gente rica y gente pobre, falsedad y autenticidad. Durante el vídeo, además vemos situaciones típicas que se establecen entre los sevillanos, como pasear en hidropedal o reunirse con los amigos a la orilla del río. Si bien este vídeo musical no muestra un símbolo determinado propio de la cultura andaluza, tanto la letra como las imágenes nos llevan a comprender la historia y la forma de vida en Sevilla.

El estribillo es especial, porque SFDK utiliza las letras que definen la palabra "Sevilla". Así, del sevillano sale una letra por Sevilla, es un claro reflejo del sentimiento de identidad. La letra del tema acompaña, mostrando la frustración del cantante en el extranjero, donde recuerda y añora su tierra, a la vez que invita a los demás sevillanos a no abandonarla. SFDK muestra un claro sentimiento de pertenencia a la ciudad, es la identidad sevillana. Como dice el tema, SFDK "puso este sitio en el mapa", pues el grupo es sevillano, sus componentes son sevillanos, así se sienten y así lo muestran a donde quiera que vayan.

6.8. *Hot Sun*, Juho

I-IDENTIFICACIÓN

En agosto de 2010 llega el videoclip de *Hot sun*, un tema del último disco de Juho, Soldier. Junto a él canta los estribillos Shabu One Shant. El tema es una producción de DJ Pera. Kiwi Records y Gharuda como director han creado este videoclip, que tuvo una gran aceptación entre el público consiguiendo más de 50.000 visitas en los tres primeros días en YouTube. Actualmente, cuenta con más de 2.390.000 visitas. Estas cifras están muy lejos de las visitas conseguidas en el resto de vídeos en los que Juho ha participado, por lo que consideramos que es de especial interés.

Tiene una duración de tres minutos y treinta y cinco segundos, y se presenta en formato panorámico 16:9. El contexto social que presenta muestra la vida en Málaga en nuestros días, por lo que el espectador puede verse identificado.

Se trata de un videoclip descriptivo que habla sobre los efectos del calor en Andalucía.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Se presenta a Shabu One Shant en los Baños del Carmen. Una calle entre bloques de pisos. Aparece el título del tema entre las olas que rompen a la orilla del mar. Shabu canta junto a una pared blanca, Juho desde el monte Gibralfaro, con Málaga a sus espaldas. Entre las rocas del mar, alguien descubre el preparado de un porro.

Mirando a cámara, Shabu canta desde la orilla, con la ciudad detrás. En los Baños del Carmen, entre árboles y grafitis, unas chicas descansan mientras Shabu canta sentado cerca. El rapero Ijah fuma en la orilla del mar. Otros raperos están reunidos junto a las rocas, fumando y bebiendo tinto. Mientras tanto, junto a la casita blanca, Shabu y Juho cantan mirando a cámara.

Juho canta desde diferentes lugares de Málaga: El paseo marítimo de Pedregalejo, Gibralfaro. Fuma en los Baños, y vemos una imagen de la playa del lugar. Los raperos ríen en las rocas. Destacan las imágenes del mar, las rocas y las palmeras. Tras Juho, le acompañan Ijah y shabu. Entre los bancos y las sillas de una plaza, hay señores mayores sentados. Juho sigue cantando desde diferentes lugares. Señala la montaña y la vemos. Entre los distintos sitios, Juho canta también desde la Alcazaba de Málaga. Con la última frase de la estrofa, acerca la mano a la cámara.

Alguien con gafas de sol suda. Una chica en la playa fuma. En la reunión de raperos, alguien gira un grinder. Desde una casa vieja de pescadores, canta Shabu. Con Juho, resaltan ante una pared tipo industrial. Alguien prepara un porro en la reunión. Desde la playa, Shabu canta el estribillo. Vemos a varias personas fumando mientras los artistas cantan. Tras Juho, se congela la imagen de Málaga desde la Alcazaba.

Shabu canta desde la playa o la casita vieja, sólo o acompañado. Entre las rocas, los artistas siguen

fumando. Juho se seca el sudor de la frente. Acompañado de Ijah y Juho, Shabu canta. Bebe algo que parece limonada. Los columpios al sol se mueven, pero están despejados. Destaca delante de la playa una palmera, simulando un oasis. Juho sigue cantando en la playa, entre las casitas blancas o ante la nave.

Las olas rompen en las rocas. La reunión de artistas junto a las rocas continúa. Están fumando y bebiendo para refrescarse. Las chicas fuman en la playa de los Baños.

Delante de una torre, cantan los MCs. Unos pies corren por la orilla del mar, el cielo está azul puro pese a tener una nube. Una chica mira hacia el mar. Juho se pone una gorra con la visera hacia atrás. El sol del atardecer se asoma entre una palmera. En la orilla, rompen las olas. Una señora con gorro se acerca a la playa con su bolso y su silla. Los dos artistas andan cerca de la conocida fábrica de cemento de La Araña. Ambos cantan y dan palmas al ritmo de la canción. La arena en la playa contrasta con la gota que cae de un vaso de refresco. Se recorre un paseo con palmeras. Hay una candela encendida en un chiringuito en la playa.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Los dos personajes principales de este videoclip son los cantantes Juho y Shabu One Shant. La infografía del inicio utiliza una máscara. Ambos artistas van a ser los narradores, nos van a contar cómo es el calor de Andalucía desde allí, viviendo la situación como unos personajes más. Desde el principio nos sitúan en la ciudad de Málaga, ya que vemos algunos de sus elementos culturales al fondo, como el Paseo del Parque o la playa de los Baños del Carmen. Está rodado en exteriores en su totalidad, y se va a utilizar y resaltar la luz natural de día propia del sol de Andalucía. Este sol justifica el uso de gafas en los protagonistas y demás personajes, así como una gorra en el caso de Juho o un pañuelo en la cabeza de Shabu. En cualquier caso, ellos y los personajes secundarios, otros artistas del rap malagueño, llevan ropas de la cultura Hip hop, camisetas y pantalones anchos y zapatillas deportivas. Las chicas también actúan como personajes secundarios sin mucha relevancia. El maquillaje pasa desapercibido, es natural en todo momento.



Juho aparece en diferentes localizaciones siempre en plano corto frontal, como en la Alcazaba, en el

monte Gibralfaro o en el paseo marítimo. También lo vemos junto a Shabu en plano medio, ambos junto a una casa blanca, o en plano medio también con Shabu e Ijah en la playa de los Baños. Por su parte, Shabu aparece también en diferentes sitios en planos medios y cortos. Son planos frontales casi todos, algunos ligeramente contrapicados. Sólo hay un contrapicado más acentuado cuando los dos cantan a los pies de una torre.

Los demás personajes están en planos cortos y medios. Se toman planos generales de las calles, los Baños del Carmen, la playa en general y la montaña, resaltando los paisajes. También se usan planos detalles de la playa, los porros, llenando el vaso, otro vaso goteando, el sudor y los columpios vacíos. En ambos casos se utilizan tanto angulaciones picadas como contrapicadas.

El vídeo se compone con una serie de fragmentos de clips de corta duración, entre dos y cuatro segundos. En casi todo momento se utiliza la cámara en mano. Se recurre a acercamientos y travelling tanto verticales como horizontales.

- **Banda audio**

El sonido es música over. El tema, producido por DJ Pera, comienza con unos acordes de teclado, que luego se enriquece con la percusión y otras notas sueltas de cuerda. Al final hay unos coros femeninos.

- **Letra de la canción**

Juho, Shabu One, ¡nuestro sol es caliente!
Lo dice Shabu One, hot sun, pa' que te derritas...
(Con mantequilla, baby)

[Estribillo]
This hot sun makes you wanna lay back, relax and puff marihuana
that is why, so much boy pond did cornea do nothing but smoke did ganja
Este sol y esta flama hacen que te tires a fumar marihuana
por eso hay tantos boys, mi pana, que no hacen más que fumar canna...

Es el sol caliente el que hace diferente al sur,

que brilla en mis dientes y que me calme con un bloom,
es la luz del día la que alegra pese a la sequía,
esa es nuestra historia, tierra de mil fantasías.

La calle maestría, templanza,
chavales en el parque y ancianos en la plaza,
esperanza por seguir firmes sin que nada cambie,
esperanza por disfrutar mucho tiempo de este aire.

Aire de esta zona, zona de carácter noble,
orillas de espuma blanca y montañas de color cobre.
Es donde estoy, donde siempre yo estaré,
donde con mi familia y mis amigos me crié.

Sur, te quiero, sobra amor, eres el cielo,
la vida es bella viviéndola en tu suelo,
al igual que yo lo saben todos los sureños,
si yo fuese de otra parte ¡ser del sur sería mi sueño!

[Estribillo]
This hot sun makes you wanna lay back, relax and puff marihuana
that is why, so much boy pond did cornea do nothing but smoke did ganja
Este sol y esta flama hacen que te tires a fumar marihuana
por eso hay tantos boys, mi pana, que no hacen más que fumar canna...

Shabu One mandason che of love, and never in we our bad out take over

Este sol y esta flama hacen que mi habitación sea una sauna
hacen que esta fauna no lleve lana, que mi cordón, pantalón y na más,
niño este sol, niña y esta flama, hacen que a las cinco to esté en calma,
hacen que la palma crezcan sana, y que los boys vendan ganja,



Porque este sol... de Andalucía,
es mi amor, mi vida y mi alegría,
con este sol a mi me gustaría
vivir el resto de mis días.

[Estribillo]
This hot sun makes you wanna lay back, relax and puff marihuana
that is why, so much boy pond did cornea do nothing but smoke did ganja
Este sol y esta flama hacen que te tires a fumar marihuana
por eso hay tantos boys, mi pana, que no hacen más que fumar cannas...

Con este sol y esta luz yo no sé tú,
vuelo en esta orilla con el cielo más azul,
con el calor y la altitud yo no sé tú,
me quedo en esta zona, fluyo en esta latitud.
Con la pasión y la actitud don't know about you,
es el sol caliente el que hace que esté cool,
estamos feeling, good, tirar pal sur,
Chilling, tranqui, suave, ¡is buff!
(chami, chami…ok chami…)
[Estribillo]
This hot sun makes you wanna lay back, relax and puff marihuana
that is why, so much boys pond did cornea do nothing but smoke did ganja
Este sol y esta flama hacen que te tires a fumar marihuana
por eso hay tantos boys, mi pana, que no hacen más que fumar canna...

- **Edición**

El tipo de edición al corte permite mezclar los clips de este videoclips. En las letras iniciales, como ya se ha comentado, se utiliza a las letras a modo de máscara, modificando el tipo de fusión con la imagen del vídeo.



El uso de la cámara en mano y los efectos crean el ritmo en la edición, ajustándose al tempo del tema musical. Los efectos utilizados a este fin son el uso de la cámara lenta y rápidos fundidos a blanco. Al final del tema, se utiliza también un filtro que tiñe toda la imagen de un tono rojo cálido. Al final, acaba con fundido a negro.

La sincronía entre música e imagen es sincronía estética, pues está relacionada en todo momento la imagen que aparece con el tema del que trata la canción.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Se trata de un videoclip descriptivo, no nos cuenta una historia. Podemos definir su estructura en base a la estructura de la propia canción:

-Introducción: Se presenta a los dos protagonistas, lo propios cantantes, así como la localización principal: Málaga.

-Estribillo: Shabu canta desde diferentes puntos, con la ciudad al fondo. Aparecen juntos los protagonistas y aparecen otros personajes secundarios en una reunión de amigos en la playa, junto a las rocas. En esa reunión, varios detalles nos hacen ver que están fumando y bebiendo.

-Estrofa de Juho: Vemos cantar a Juho sólo o acompañado en contados momentos. Las imágenes muestras aquellos paisajes de los que su letra habla. Aparece alguna imagen suelta de los amigos.

-Estribillo: De nuevo, gana importancia Shabu, que canta mientras los amigos se divierten en la playa.

-Estrofa de Shabu: Canta Shabu, apareciendo en planos medios y cortos, casi siempre solo.

-Estribillo: Se vuelve a la reunión de amigos, mientras shabu canta.





-Estrofa compartida: Ambos artistas comparten la letra de una estrofa mientras aparecen imágenes y detalles de Málaga y su playa.

-Final: Al final hay unos pequeños créditos y la imagen se torna roja, mostrando algunos detalles de las playas. Durante el final, los protagonistas siguen cantando, manteniendo el color.

- **Puesta en escena**

Estamos ante un escenario real como es Málaga. Han aprovechado sobre todo los exteriores de la costa y la luz del sol para acompañar a la música y hacer más visible el tema de la canción. Los personajes principales son Juho y Shabu One Shant. Ambos irán ataviados y preparados para el calor. Hablan del sol y el calor de Andalucía desde la propia Andalucía, mostrando su cultura y sus paisajes en cada uno de los planos.

Al tratarse de un videoclip descriptivo, no existe un programa narrativo. Transmite una idea clara: Andalucía es cálida.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

Los espacios ante los que nos encontramos son todos reales, existen en la ciudad de Málaga. El código espacial tiene mucho peso dentro del vídeo, pues su localización en gran parte lo define. Se ha recurrido a elementos propios y reconocibles de la ciudad para situar al espectador, como el Paseo del Parque o los Baños del Carmen. Pero sobre todo se ha utilizado la imagen de la playa, transmitiendo junto con nuestro clima la cultura de vivir en él.

A la vestimenta típica de Hip hop, de ropas anchas y zapatillas de deporte, debemos añadir en este caso la necesidad, por el sol y el calor, de portar gafas de sol y gorra o pañuelo en algunos casos, como llevan los protagonistas. En determinados momentos los amigos reunidos en la playa están sin camisetas, incluso

Juho aparece con la camiseta quitada en un plano concreto.

El código de iluminación también es muy importante para este vídeo musical. El tema trata sobre el sol y el calor de Andalucía. Para rodar se ha utilizado la luz natural, pero además se ha potenciado en determinados puntos con el uso del styco. Se ha retocado también la imagen del vídeo en postproducción, acercando los niveles al blanco y dejando una imagen quemada en muchos casos. Es una imagen en la que priman los blancos y los azules del mar y el cielo. Sin embargo, al terminar se utiliza sobre la imagen un efecto, tiñéndola de un tono rojo, haciéndola más cálida aún.

- **Símbolos**

-Porros: En el vídeo se repiten las imágenes de porros, así como detalles de todo lo necesario para hacerse uno. Los porros de marihuana se vinculan un estado de paz y tranquilidad cercano al paraíso.

-Ancianos en la plaza: Es una imagen que puede verse cualquier tarde-noche de verano en Andalucía. Las personas mayores salen al fresco cuando ya no hace mucho calor para charlar y hacer un poco de vida social.

-Sudor: Síntoma de pasar mucho calor. Vemos varias imágenes de personas quitándose el sudor, con lo que el espectador sobreentiende que, efectivamente, en el sur se pasa calor.

-Jábegas: Aparecen en varios momentos jábegas, barcas típicas de Málaga que han servido durante muchos años a los pescadores para adentrarse en el mar y echar las redes.

-Camiseta del Unicaja: Shabu lleva en algunos planos una camiseta del Unicaja, equipo de baloncesto malagueño. Con ello indica que es seguidor de este deporte y de este equipo que representa a la ciudad.

-Bebidas: A lo largo del vídeo, aparece gente bebiendo, ya sea tinto, limonada o alguna bebida exótica. Beber es necesario para sobrevivir al calor que hace en el sur.

-Hoguera: Al final del vídeo aparece una hoguera ardiendo perteneciente a un chiringuito. Se acentúa la sensación de calor en el sur.



V-RESUMEN VALORATIVO

Desde la presentación del tema, Juho y Shabu parten de la premisa "¡nuestro sol es caliente!". Con este videoclip quieren mostrar al mundo el radiante sol de Andalucía y cómo es la vida aquí bajo su influencia. Se rueda en la ciudad de Málaga, pero su sentido sería extrapolable a cualquier ciudad de la costa andaluza. El estribillo está escrito en parte en inglés y mitad español, con idea de mostrarse más internacionales, de que la letra llegue a más gente, alcanzando a un público no sólo andaluz, sino también de otras partes de España e incluso extranjero.

Juho resalta la idea de que es el sol el que hace diferente al sur. A lo largo del videoclip, veremos imágenes que contribuyen a crear una dicotomía entre calor y frío. Por un lado, el sol, los cigarros y porros, la gente sudando, los chicos sin camiseta, la arena ardiendo y la hoguera final. Todo esto transmite la calidez del lugar y la fuerza del sol en el sur. Por otra parte, las bebidas refrescantes, las palmeras a modo de oasis, la inmensidad del mar y sus olas. Esto indica que pese al calor aquí se puede vivir bien, que es un lugar cálido pero te ofrece dónde refrescarte, llegando a ser algo muy cercano al paraíso.

La letra habla también de la sociedad andaluza, de cómo el clima influye y ayuda a hacer vida en la calle: "chavales en el parque y ancianos en la plaza". Eso sí, nunca a las cinco de la tarde. Las reuniones de amigos en la playa también son habituales. Entre risas, la gente fuma y bebe para estar a gusto y tranquilos. Es una vida relajada en la que los porros tienen un papel importante.

Resalta el arraigo al suelo, a la tierra de Andalucía, "donde siempre yo estaré, donde con mi familia y mis amigos me crié.". Juho hace referencia a todo el sur, quedando claro con la letra "Sur, te quiero". Por su parte, Shabu también indica que el sol es aquello que nos da energía y nos hace felices, y no le gustaría vivir fuera de Andalucía: "con este sol a mí me gustaría vivir el resto de mis días." Finalmente, ambos coinciden que este sol y la calidez de esta tierra les hacen volar, estar en un lugar ideal con sol y playa, donde están cómodos y tranquilos acompañados de sus amistades.



6.9. *La M vuelve a ser,* Málaga Saga

I-IDENTIFICACIÓN

La M vuelve a ser es un tema extraído del disco Málaga Saga. Se trata de un disco recopilatorio en el que participan distintos raperos de la escena malagueña del Hip hop, producido en su mayoría por Jefe de la M en 2010. A este grupo se le ha dado en el disco el nombre M13 Click.

El videoclip tiene una duración de seis minutos y veinticinco segundos, y está en formato panorámico 16:9. Este disco aparece en el contexto actual, adentrando al espectador en el Hip hop malagueño. Es un videoclip descriptivo y conceptual con el que este colectivo pretende llamar la atención y mostrarse al mundo.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Un grupo de raperos están en un parque. Alguien de espaldas nos muestra su camiseta, donde pone "Málaga nuestra forma de vida". Un conjunto de raperos levantan las manos, uno de ellos sujeta un litro de cerveza. Jefe de la M dice una frase, mientras a sus espaldas los raperos marcan la letra "M" con la mano. El propio Jefe hace el número "13", y empieza a rapear.

El hombre de la camiseta tira a canasta, varios personajes van a señalar la "M", más tarde otro hace el "13". Jefe de la M aparece serio y solo ante la cámara, y empieza a hacer el estribillo tanto sólo como acompañado, siendo el centro de la reunión.

La infografía presenta al Jefe, y comienza su estrofa. Aparece sólo, cantando y con el resto del grupo tras él. Después es el turno de Spanish Fly, que canta también sólo y acompañado. En un instante, Nako13 hace el "13" y aparece Gordo Máster andando, acompañado de otros raperos. Después Ijah canta a cámara mientras sus amigos esperan tras la verja. Ijah lo hace en todo momento junto a los otros raperos,

salvo un momento que aparece en un plano sin cantar y al final, que canta desde la pista de baloncesto. Tras él, llega Juho, quien canta mirando a cámara con sus compañeros detrás.

Con el estribillo volvemos a ver a Jefe de la M en el centro del grupo cantando. Otros personajes de los que ya han cantado aparecen también en los centros de varios grupos que cantan. Vemos de nuevo a Jefe de la M serio y solo.

El Mono comienza su estrofa, mientras Gordo Máster fuma. Canta delante y detrás de la verja, sólo o acompañado, y acaba dando un manotazo a la verja. Keyo canta entre el grupo de amigos. Algunos juegan al baloncesto. Luego aparece Cazawi sólo y hace sus rapeos. El grupo le cubre las espaldas en algunos momentos.

En el estribillo canta todo el grupo, siendo el centro de éste algunos de los raperos que ya han cantado su estrofa.

Faruk se acerca a la cámara para hacer su estrofa. Aparece sólo o con el grupo, al final hablando por teléfono móvil. Gordo Máster se acerca paseando. Spanish Flye se refriega las manos. Llega el Gordo y empieza a cantar, haciendo con las manos la letra "M" de varias formas, así como el número "13". Canta sólo en la pista de baloncesto, y hace la cruz con los brazos. Nako13 hace la peseta. El Gordo Máster canta sólo y acompañado desde diferentes escenarios. Joven Simo empieza su estrofa, mientras detrás de él los chicos levantan las manos y bailan. Aparece el grupo de raperos quietos y serios con Jefe de la M en el centro. Joven Simo termina cantando subido a un tejado.

Todo el grupo canta junto el estribillo. Nako13 simboliza la "M" y canta solo y acompañado. Hace el "13", y vemos al Gordo y Spanish Fly quietos y serios. Después Rock Jack canta de lante del grupo su estrofa. Jefe de la M aparece de nuevo sólo y serio. Rock Jack hace la "M" y comienza a rapear El Niñato. Canta solo mientras el Jefe hace la "M" con sus dos manos. Las palomas en el parque echan a volar. Spanish Fly sujeta aún el litro de cerveza.

El grupo canta el estribillo. Vemos de nuevo la camiseta del principio y aparece el grupo quieto y serio. Gordo Máster hace la "X" con sus brazos, Spanish Fly hace el "13". El Gordo sigue andando con algunos compañeros del rap malagueño.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Desde el principio, el vídeo nos sitúa en un amplio parque de una ciudad cualquiera, con algunos bloques de pisos alrededor. Se utilizan zonas de dentro del parque y sus alrededores para grabar el videoclip. La pista de baloncesto adquiere cierta importancia, ya que en ella muchos raperos se entretienen jugando con la pelota. Estamos en todo momento en una localización exterior, utilizando la luz natural del día como iluminación principal.

Cada uno de los raperos es un personaje y forma parte del vídeo. Aquellos que cantan en algún momento del tema son los personajes principales, destacando frente a todos Jefe de la M y Gordo Máster. La vestimenta de los raperos se compone, principalmente, de camisetas y pantalones anchos, zapatillas deportivas y gorras de visera plana. Algunos llevan también gafas de sol.

Hay principalmente dos tipos de planos que se repiten en todo el videoclip, siempre ligeramente contrapicados. Por una parte, vemos el plano general que nos sitúa en el parque en el que aparecen en plano medio largo el grupo de raperos. Después, cada vez que uno de ellos cante su estrofa, lo vemos en plano medio o medio corto cantando a cámara. En ocasiones están solos y otras veces en segundo término vemos al resto del grupo. Tanto al inicio como al final, destaca un plano detalle de la parte posterior de una camiseta en la que podemos leer “Málaga nuestra forma de vida”.

La posición de la cámara es casi siempre frontal a los personajes, aunque en algunos planos también vemos a los personajes más perfilados. Como movimientos de cámara, se utiliza el travelling in para acercarnos a la escena y el travelling lateral para mostrar el grupo de raperos. También se coloca la cámara fija, haciendo uso en algunos momentos del trasfoco.

Se mezclan planos de diferentes duraciones. Cuanto más amplios y más movimiento de cámara hay, los planos duran más, hasta cuatro segundos. Los planos más cerrados y estáticos tienen una duración inferior. Se recurre a la cámara lenta en varias ocasiones, alargando la duración de la acción en el plano.



- **Banda audio**

La música es sonido over, incluido en la edición del vídeo. El tema comienza con unos acordes electrónicos de larga duración. Luego entra la percusión y la melodía que forma el estribillo. Al ser un tema compartido, cada rapero hace una estrofa de ocho compases sobre la base musical. En el estribillo todos participan.

- **Letra de la canción.**

Una nueva era para M, baby. Lowbass en el beat. Es lo que hay. Juéguenselo todo al trece.
Esto es más que música, hermano. Representamos la M y su gente, y su música, y su calle. Escucha esto, baby.

[Estribillo]
Represento al 13, man,
afirmo que la M vuelve a ser,
tú reconoce que ahora todos pueden ver,
reconoce que la M vuelve a ser.

Toma asiento y apréndete nuestros conceptos,
puedes venir si tú eres afín a esto.
Soy el cabrón que se emplea con fé,
yo no me siento un puto bufón, tú lo puedes ver.
Fabrico hits, ¿tú qué sabes de mí? Me gusta así,
que no escuche a esos cabrones decir
que nuestra music no transmite. No.
Yo nunca finjo mi funk,
ésta es la city real, la 13 te deja en shock.

Yo quiero veros en locales, fundios en chocolate,
la calle ya lo sabe, aquí están los traficantes
de obras de arte, la música y el cante,
M13 click, humeante te lo parte.

Flow trepidante de la escuela más caliente,
Málaga es la saga, Jefe de la M invierte.
Vine del pasado para ofrecerte un presente,
ese jefe a muerte, fuerte.

Yo represento el uno tres, siempre 13 en mi click,
Clientes siguen en las esquinas, criminales en los beats,
ya no conocen la i latina, Ijah trae la rabia de aquí,
si quieres más vuelve a Málaga, rap se hace así.
Siguen las líneas, las rimas, los cortes, los versos,
los rapers de tu barrio nos conocen de hace tiempo.
Ponlo en el led, estés dónde estés
apuesta al 13, que vuelven los jefes.

Juho el de la M como un té en el balneario
El cabrón del underground se ha convertio en necesario,
Dicen ¡jou!, le mete pasión y flow,
Málaga Saga la clava, somo una puta legión.
Peña real, no se finge, hijo de puta dame el rifle,
estirpe seria, sangre bboy corre por arterias.
Un artista en cada barrio, rap el comentario,
Eso es así, represento al 13, puta oh, my dick.

[Estribillo]
Represento al 13, man,
afirmo que la M vuelve a ser,
tú reconoce que ahora todos pueden ver,
reconoce que la M vuelve a ser.

Ésta es la costa del buen polen, la queen del sol ardiente,
Los mejores MCs de España sobre ritmos calientes,
Vuelven para dar más rap a to el que lo merece,





Se crecen, apuesten al trece, venimos con Jefe.
Cabrón, traigo la esencia de un blond,
la destrucción está en mis manos,
mezclamos paki y ron, vaporizamos.
En Málaga se aprende que un petardo es un gramo,
en Málaga respeta o te revientan a palos.

Málaga Saga, llegó el rap que más te pega,
tengo a España escuchando a mis colegas,
otra vez más levantando el nivel,
no problema, no nos pueden ni ver.
Con la sopa boba de fumar tanta droga
me pone la soga cualquier buscona loba.
Mister Loba Loba se crece y trasnocha
el 13 explota, Jefe de la bolsa.

España entera sabéis quién, sabéis clavarlas entre cien,
sabéis hacer las cosas bien, poner las balas en la sien.
Somos de Medina 13, no nos paran ni los jueces,
esta guerra permanece, somos grandes y esto crece.
Todos estamos por un fin (árabe)

[Estribillo]
Represento al 13, man,
afirmo que la M vuelve a ser,
tú reconoce que ahora todos pueden ver,
reconoce que la M vuelve a ser.

Málaga, Almedín is back, Soul Clap hulstlers,
rastas, gansters, Sif clan más cracks,
traen hash, más cash, trampas, high class,
black bandana, manda Málaga en banda.

Ellos saltan, corren, miran, tiran, caminan, dominan,
las calles respiran, controlan, vigilan las fukin esquinas
pasta en mis bambas, mi alma en el chándal,
la 13 acaba la historia de to estos raperos de mentira.

La M vuelve a ser la que pone los puntos en las íes,
el Gordo ríe cuando suena bien alto la kíe,
uno tres será real como el porno amateur,
estrellas caen a mis pies, soy la voz que parte el cartel.
No te fíes si el frío de mi alma te sonríe,
traigo preparao mi lápiz y mi acento de cine,
fíjate, no te digo lo que has de que hacer,
pero si Málaga grita, tu corre, arrodíllate.

Es que You know, chulo, volvemos de nuevo al juego,
Con lo nuestros quiero oír un ¡viva el barrio!, ¡viva el gueto!
Infecto el verso con kifly, shit, fuck police,
Because you daddy shame shit.
Escucha el beat, el 13 MC, this is the show biss,
Me and my homies burn, mother fucker down,
Tu puta envidia siente el hit.
Nuevo impacto, nuevo flip, la energy rompiendo el ego trip,
comerme el banana Split, suck my fucking dick.

[Estribillo]
Represento al 13, man,
afirmo que la M vuelve a ser,
tú reconoce que ahora todos pueden ver,
reconoce que la M vuelve a ser.

La M vuelve a ser lo que nunca dejó de ser,
Málaga Saga acaba de entrar ya en el bloque.





Venimos por nuestro sitio, sólo de la M semo,
estamos aquí desde el principio, mongolos, cuidao que quemo.
Con el Jefe hacemos que babeen vaginas,
ellos no ven y suspiran, no los quiero ver en mi esquina,
chilla 13, letras como cuchillas de este MC,
¿qué opino? Yo qué sé, construyo, necesito un reset.

Gástame ojito con la M, con su gente, con sus friends,
nuestra mierda es tan potente como un litro de lsd,
ruina la que se espera para aquel que no se entera
que su mierda da dentera y quiere un cacho pastel.
Estate ready, quemo, os lanzo la red, puta mejor escóndete,
Perros de calle salen hoy a morder,
Málaga city está presente, el puto Jefe presidente,
y toa la peña está consciente que la M vuelve a ser.

La M nos hizo fuerte, lo noto en cada vello,
yo crecí con estos cabrones moviendo mi cuello
y este niñato advierte: yo empecé sin un destello,
y no es cuestión de suerte que ahora rapee con tos ellos yo.
Yo metí el pie sin zapato y ahora vengo calzao el más barato,
si lo que quieres es liar un buen cacao el niñato
homie a todo el que dejaron de lao por ser novato
y ahora soy el novato más envidiao, wau.

[Estribillo]
Represento al 13, man,
afirmo que la M vuelve a ser,
tú reconoce que ahora todos pueden ver,
reconoce que la M vuelve a ser.

- **Edición**

Se ha utilizado la edición lineal al corte. En ocasiones se utiliza el fundido a negro para unir varios clips. Como efecto recurrente, se utiliza un pequeño rewind de la imagen al inicio de algunas estrofas. También se ven a cámara lenta muchas escenas. La infografía se incluye de forma sencilla con letras blancas de palo seco, presentando a cada artista que ha participado en el tema.

El ritmo del montaje se consigue por la consecución de imágenes y la mezcla entre imágenes de los artistas cantando y bailando con imágenes a cámara lenta en la que los personajes se mantienen estáticos. Se consigue recrear el tempo de la canción.

La unión música-imagen mantiene una sincronía estética. Aparecen imágenes que simulan el rapeo en directo en diferentes lugares, escogidos a conciencia para ello.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Estamos ante un videoclip descriptivo que adopta la misma estructura que la canción. Así, en la introducción Jefe de la M nos pone en situación, presentando la localización y los personajes que aparecerán en el vídeo. En las estrofas aparecen con planos más abiertos todos los raperos siguiendo la letra, mientras que en las estrofas vemos a cada artista en un plano más cerrado, sólo o acompañado por los demás raperos a sus espaldas.

Al principio y al final vemos el plano detalle de la camiseta con la oración “Málaga nuestra forma de vida”.

- **Puesta en escena**

Los personajes principales son en esta ocasión cada uno de los artistas que rapean a lo largo del tema.

Destacan por su posición centrada y la repetición de su imagen Jefe de la M y Gordo Máster. Los demás artistas son personajes secundarios.

Todos los raperos aparecen en una única localización y en un momento concreto: un parque por el día. Es un videoclip descriptivo, y transmite la idea de Málaga como escuela de Hip hop.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En cuanto al espacio, como ya se ha comentado estamos ante un único espacio exterior, el parque, en el que se ha rodado durante el día. Podría pertenecer a una ciudad cualquiera de Andalucía, a un barrio medio andaluz, pero sobreentendemos que estamos en la ciudad de Málaga. Se utilizan diferentes fondos y se hace un juego con la verja que forma la valla del parque. La pista de baloncesto es parte importante en la que algunos raperos juegan.

La vestimenta es la propia del estilo Hip hop, con ropas anchas y zapatillas deportivas. Como accesorios, muchos raperos llevan gafas de sol y gorras de visera plana, así como algunos colgantes en sus cuellos. El maquillaje pasa desapercibido.

La iluminación es natural en todo momento. Se aprovecha la luz del sol para grabar el videoclip, simulando estar hecho en el mismo momento. Se busca una iluminación intensa, con altos contrastes y blancos muy puros, llegando a quemar la imagen. La intención es mostrar la luz propia del sol de Andalucía.

- **Símbolos**

-"M": La letra "M" es un símbolo que aparece dispuesto con diferentes gestos en las manos de los raperos. Pueden hacer la "M" con cada mano y tres dedos como hace Jefe de la M, al estilo de Gordo Máster o con dos dedos de cada mano. Es la letra de Málaga, y por ello representa a este grupo de artistas procedente de esa ciudad.

-"13": El número trece aparece también reproducido con gestos de las manos, haciendo el uno y el tres. La letra hace numerosas veces alusión a este número. Representa la posición de la letra "M" dentro del alfabeto, y por ello también la utiliza este grupo de artistas como símbolo propio.

-Móvil: algunos raperos hablan con el teléfono móvil. Muestra el sistema de comunicación entre ellos.

-Cervezas y porros: Son elementos que aparecen entre los raperos. Son elementos que reflejan una reunión distendida, de confianza. Este grupo no es un grupo puramente formado para el videoclip, es más bien una reunión de amigos.

V-RESUMEN VALORATIVO

Con este tema, Jefe de la M reúne a un grupo de artistas raperos de la escena malagueña. Como su propio nombre indica, M13 Click, los principales símbolos que representan a este grupo son la letra "M" y el número "13", al que hacen referencia tanto en las letras como en los gestos. El grupo se siente identificado con Málaga, donde se ha creado toda una escuela de Hip hop de la mano de artistas como Jefe de la M y Gordo Máster. Por esa razón, estos dos protagonistas tienen mayor peso visual a lo largo del vídeo, pues fueron de los primeros raperos malagueños que aún hoy se mantienen en el Hip hop, y son conocidos y reconocidos a nivel nacional.

El grupo se ha creado poco a poco a partir de estos dos grandes artistas, llegando a ser una saga compuesta por raperos de diferentes barrios, todos malagueños, como dice la letra de Juho: "un artista en cada barrio". El grupo representa a Málaga, así lo siente. Consideran que ha llegado una nueva era para el rap malagueño y la ciudad vuelve a producir buen rap. Ellos forman parte de esta era y quieren transmitirlo y darlo a conocer, con orgullo.

Este vídeo es el reflejo de la intención completa del disco Málaga Saga, pues es la unión de un grupo de artistas, raperos malagueños, que representan su ciudad. Es un grupo social fuerte, consolidado, pues han creado su propio lenguaje con símbolos y mantienen una relación visiblemente amistosa, casi familiar. En resumen, cada uno de los personajes que forman parte del grupo M13 Click se siente rapero malagueño puro, defiende su identidad y su territorio mediante su arte. Representan el rap de Málaga con orgullo.

6.10. *La Sal de la M,* Jefe de la M

I-IDENTIFICACIÓN

Ijah, Rook Jack, Gordo Máster, Keyo, Little Pepe, Juho y Jefe de la M se unieron en el verano de 2011 para hacer un tema. *La Sal de la M* (No hay más na), es el tema musical del que nació este videoclip, publicado por Soul Clap Media en agosto del mismo año. En al audio ha trabajo Niggaswing y dirige el vídeo Jefe de la M.

Dura un total de cuatro minutos y veintiséis segundos. Se presenta en formato panorámico, 21:9. Se enmarca dentro de un contexto actual, por lo que el espectador puede sentirse cercano, incluso verse reflejado.

Estamos ante un videoclip mixto, mezcla de descripción y algunas pequeñas acciones.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Junto a las letras de presentación, intuimos al fondo una piscina. Junto al título, alguien baila, es el Jefe de la M. Juho dispara a cámara con una pistola de agua, a su lado está Gordo Máster. En la candela hay un fuego prendido. Después vemos varios raperos de Málaga , como Little Pepe y Rook Jack. Están en una casa. Fuera de la casa, todos los raperos aparecen juntos, destaca Little Pepe haciendo la "M" con las manos. En la parrilla se están haciendo unos pinchitos. Vemos a varios artistas del Hip hop malagueño riéndose. Todos juntos cantan el estribillo.

La infografía nos presenta al primer MC en hacer su estrofa: Keyo. Canta con sus amigos tras él. Dentro de la casa, la gente está hablando mientras bebe. Después Ijah canta también desde la cocina o fuera, rodeado por todos. Alguien echa más leña al fuego. Los amigos están tranquilamente en la reunión. Gordo Máster empieza a cantar sacando la ensalada antes de salir de la cocina. Lo hace desde las mismas

localizaciones que los anteriores raperos. EL fuego sigue ardiendo y la gente en la reunión.

Con el estribillo aparecen de nuevo todos juntos cantando y bailando. El Jefe y el Gordo se ríen. Alguien da vueltas a los pinchitos. Little Pepe prende una llamarada mientras todos gritan "¡fire!! Una chica con tatuajes vigila los pinchitos en la parrilla. La gente come y se sigue haciendo carne en la barbacoa.

Juho canta junto a sus compañeros, también dentro de la cocina. Se come un chorizo, al igual que otros en la reunión están comiendo y bailando. El Gordo está fumando. En su estrofa, Jefe de la M comienza cantando sólo, después desde la cocina o afuera, como han ido haciendo los demás. La gente come, bebe y se divierte en la fiesta.

De nuevo, en el estribillo todos se juntan fuera para cantar y bailar.

Sigue saliendo carne de la barbacoa, como hamburguesas y chorizos. Little Pepe hace malabares con unos tomates mientras canta su estrofa. Los demás comen, fuman y beben. Sigue cantando en el centro de la reunión de raperos. Rook Jack hace su estrofa mientras en la cocina otros comen y hablan. En una mesa del patio hay diferentes alimentos para acompañar a la carne. Acaba Rook Jack su turno disparando a cámara sentado en el filo de la piscina.

En el último estribillo, se mezclan las imágenes de todos los raperos cantando con varios planos en los que la gente presente en la fiesta come, habla, se ríe y se divierte. Acaban todos levantando sus manos mientras Little Pepe sigue prendiendo la llamarada.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

En la presentación, vemos en planos cortos a algunos de los artistas que colaboran en el tema. Nos introducen en un ambiente distendido, donde se hacen bromas y la gente se divierte. Es una fiesta de una noche en una casa de campo que tiene piscina, chimenea y barbacoa en el patio. Al estar grabado durante la noche, se ha utilizado luz artificial.



Los personajes que aparecen participan de un modo u otro en la fiesta. Vemos así a los raperos y sus amigos. Aquellos que cantan son los protagonistas del videoclip, mientras que los demás personajes son personajes secundarios.

A lo largo del vídeo se mezclan tres posiciones de cámara básicamente:

-Plano medio y contrapicado del grupo afuera, donde los artistas cantan y bailan. Hay un movimiento ligero de cámara.

-Plano medio picado del grupo afuera. Los artistas siguen cantando mirando a la cámara, que se mueve con la grúa.

-Plano medio corto frontal del MC que canta en la entrada de la cocina. Aquí la cámara se mueve acercándose y alejándose del personaje, con travelling in y out.

Estas tomas se entremezclan con planos detalle del fuego, la comida y la bebida de la fiesta, así como planos cortos y medios cortos de las personas que hay allí. Hay planos tanto picados como contrapicados, y se usa numerosas veces el trasfoco.

Entre los elementos de atrezzo con los que los artistas juegan, como las pistolas de agua o el plato de ensalada, llama la atención el spray con el que Little Pepe prende la llamarada.

- **Banda audio**

El tema es sonido over, se ha añadido en postproducción el audio. La música ha sido producida por el Jefe de la M. Utiliza unos acordes de teclado tipo reggae, a los que le suma una percusión electrónica de rap.

- **Letra de la canción**

Unos pocos de locos, dejando los bombos rotos.
Esto es la noche en Malaga city. Yeah! Ok. Escucha.





Bajo la luna la M brilla más,
espuma blanca, somos uno la M, fuerza,
el fuego danza, está bacano el track,
que no te falten estos locos en tu fiesta.

[Estribillo]
Si mi combo tira no hay más na,
lírica pesá de la M. (¡Fire!)
Si querían bulla no hay más na,
traemos la sal de la M. (¡Fire!)

Llega el acaparador,
el rapeador que te pone el salsón.
Tema del verano y solo dan ocho líneas,
pido dieciséis pa decir que no eres niña.
Málaga es caliente como ninguna,
hoy A.K.A. en la costa de la luna,
la M, este nivel no tiene mesura,
fuma de nuestra mierda para que te suba.

Yo subo con los mismos, en las mismas, en la mala y en la buena
música del cora para que la bailen las GYALES.
Labia adelanta mucha clase, mucho flow,
el flaco con estilo, ése soy yo, yo.
No lloren por mí, miren como endulzo esta mierda,
los colegas del negocio saben que esta merca es fresca.
Ma-ma-ma-malaguitas en la fiesta,
seguimos super high, super cool, sin vergüenza.

To relajao echando el humo, los número uno,
los boquerones están al tanto, vivimos al segundo primo,
así lo hacemos más fino, más polen, no pino,

más verde en el camino, acariciando el destino.

Estamos en calma, el mundo nos aclama,

ya todos piden más, quieren salsa bacana,

que vengo con el combo que te eriza el pelo, mama,

que aquí estamos contentos con tener un poco de rama, y na má ¡praaa!

[Estribillox2]

Si mi combo tira no hay más na,

lírica pesá de la M. (¡Fire!)

Si querían bulla no hay más na,

traemos la sal de la M. (¡Fire!)

No son palabras, es mucho más, esto es mi vida,

después de tantos años éste es mi mundo en vitamina.

Ando trabajándolo, haciéndolo con ilusión,

partiendo cada tema junto a hermanos con talento.

Da igual el tempo, el rap o en dembow,

juntos nos hacemos viejos en este clima cálido.

No pueden ver que, se sabe que que…

Estamos pa siempre, todo el mundo puños al cielo.

Vuelvo con mucho más que ofrecerte, mi gente sigue presente,

lo damos todo con creces, cabrones no lo comprenden,

somos más porque hacemos lo nuestro de cora

sin pensar en cash, bienvenida si viene pero no jodan.

Combinar nuestras fuerzas es lo que la gente espera, aah,

no malinterpreten más, sólo traemos música,

hoy somos 6 MC´s y un "Singjay", venid

siempre dejando a mi trabajo de hablar por mí, sí.

[Estribillox2]

Si mi combo tira no hay más na,

lírica pesá de la M. (¡Fire!)
Si querían bulla no hay más na,
traemos la sal de la M. (¡Fire!)

Somos grandes porque lo hacemos grande,
mi combo esta adelante, en la M te lo parte,
son los cantantes que callan más piantes,
sonamos elegantes porque estamos de antes.
¡Zin-zimma! Móntate encima,
empecé atrás pero estamos en la cima.
¡Zin-zimma! La vitamina
pa todos los enfermos medicina.

Ando de chilling con mi gente bajo la luna del verano,
mama así se hace en la M cuando se nos va la flama.
Abre la ventana nena que entre la alegría,
la risa, la picardía y la vagabundería.
Pasa otro día a ver lo mismo en el parque,
tomando el sol compadre, que no falte
la chispa pal starter, y así nos fluye campeón.
Malaguitas en el ritmo dando el show, show, ¡show!

[Estribillox2]
Si mi combo tira no hay más na,
lírica pesá de la M. (¡Fire!)
Si querían bulla no hay más na,
traemos la sal de la M. (¡Fire!)

- **Edición**

Se recurre a la edición lineal, por corte. Se utiliza el fundido a negro para unir los planos de la gente en la fiesta. El negro cobra importancia no sólo en la iluminación, también oscureciendo en muchos casos

los bordes de las imágenes. En muchos de esos planos se usa además la cámara lenta.

Se utilizan los planos del grupo con una mayor duración, hasta cuatro segundos, mezclados con planos muy breves de los detalles de la fiesta. Así, se crea ritmo y se consigue un tempo similar al de la canción.

La unión entre la música y la imagen se sincroniza de forma estética, manteniendo una constante relación trabajada entre la música y lo que vemos en pantalla.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Este videoclip mixto, en gran parte descriptivo, mantiene la estructura de la canción. En la introducción, se presenta el lugar y a los personajes. Cada protagonista canta una estrofa, y aparece en ese momento en la imagen cantando a cámara en la cocina o en el patio, siendo el centro junto a los demás artistas. En los estribillos, vemos el plano de todos los artistas reunidos cantando y bailando. Sólo el último estribillo será diferente, intercalando imágenes de los artistas con imágenes de la fiesta, hasta terminar todos con las manos hacia arriba.

- **Puesta en escena**

Los protagonistas del vídeo son aquellos artistas que participan en el tema, por orden de aparición Keyo, Ijah, Gordo Máster, Juho, Jefe de la M, Little Pepe y Rook Jack. Los demás personajes que aparecen son amigos, personajes secundarios.

Este videoclip mixto mantiene varios programas narrativos: La gente come, bebe, fuma y se divierte.



IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

La localización del videoclip se centra en un único lugar: una casa rural con patio y piscina. Los espacios se van alternando, centrándose en la cocina de la casa y el patio, donde todos se los raperos se agrupan. Cobran especial interés la barbacoa del patio y la chimenea que se encuentra en la cocina. Muestran las llamas y las brasas, el calor al que hacen referencia a lo largo del tema.

Los personajes visten ropas anchas y zapatillas deportivas, siguiendo el estilismo del Hip hop. Algunos llevan además gorras de visera plana y cordones colgados del cuello. Es curioso que porten en algunos casos gafas de sol, siendo de noche. El maquillaje pasa desapercibido, sólo se aprecia un poco en las chicas de la reunión.

En cuanto a la iluminación, se han utilizado varios focos para reforzar la luz artificial del lugar, ya que el videoclip está grabado de noche. Hay un juego entre zonas iluminadas y negros profundos, reforzados en los planos con bordes oscurecidos. Quieren mostrar una noche de reunión y risas entre amigos.

- **Símbolos**

-Pistolas de agua: Con este juguete se hace una burla a aquellos raperos que muestran armas en sus videoclips. Aquí lo raperos se divierten juntos.

-El fuego: El fuego aparece situado en varias zonas de la casa, en la barbacoa, en la candela y en la llama que prende Little Pepe. Quieren mostrar la flama de Málaga, incluso de noche.

-"M": La letra "M" marcada con las manos hace referencia a la inicial de Málaga. Es un símbolo con el que este grupo de raperos y otros muchos de la ciudad se identifican. La suelen reproducir con el gesto de dos dedos de cada mano, juntos.



-Sudadera de "Malaka Hinchas": Entre los presentes en la reunión, resalta alguien que aparece de espaldas con una sudadera de la Malaka Hinchas, un grupo fanático seguidor del Málaga Club de Fútbol.



-Laca: El bote de laca ayuda a Little Pepe a prender la llama a la que se hace alusión en el estribillo. Es innecesaria, pero refuerza el hecho de que este grupo hacen cosas llamativas con poco presupuesto.

Aparte, aparecen planos detalle de la carne que se hace en la barbacoa, así como de cerveza y otras bebidas. Con ello, se muestran las pequeñas cosas con las que un grupo de amigos se divierten y viven la noche.

V-RESUMEN VALORATIVO

Un grupo de raperos malagueños se reúnen para hacer este tema, y deciden grabar un videoclip. Con él, nos quieren presentar la magia de Málaga de noche, aun sin mostrarnos Málaga. Nos traen la "sal de la M", su arte y su gracia. Para ello se van a una casa rural y hacen una reunión de amigos, comida y bebida que no falte y la diversión está asegurada.

Keyo hace alusión a Málaga como la "costa de la luna", frente a como se le conoce normalmente, que es la Costa del Sol. Siempre se suele mostrar Málaga como la ciudad del sol, y esta vez este grupo quiere hacerlo diferente. Se presenta la ciudad como una ciudad cálida, de flama, de corazón ardiente. Por ello aparecen tantas imágenes de fuego y las múltiples alusiones a la palabra ingles "fire" en el estribillo, con representación visual incluida. Pero cuando la luz se va, Málaga sigue viva y su gente se divierte.

Cada uno de los protagonistas tiene ocho líneas para expresarse. No compiten entre ellos, son más que un grupo una familia. Algunos hacen alusión a sí mismos como "malaguitas" o "boquerones". Llevan una vida tranquila y no quieren problemas. Estos apodos no les molestan, pues se consideran representantes Málaga.

En resumen, un grupo de seis MCs malagueños se reúnen para hacer este tema, videoclip incluido. Pero quieren dejar algo claro, como dice Jefe "no malinterpreten más, sólo traemos música". Son un grupo de raperos que hacen su música de corazón, no por dinero, unidos por un sentimiento de identidad. Son artistas malagueños orgullosos de representar a su ciudad.

6.11. *Redes sociales*, Tote King

I-IDENTIFICACIÓN

"Redes sociales" es un tema que se publicó primero en formato CDS y después pasó a formar parte del disco El Lado Oscuro de Gandhi, publicado en el mismo año. Está producido por Danari Gray, Tote King le pone letra y voz. El videoclip apareció en marzo de 2011, y desde entonces ha obtenido más de ochocientas mil visitas a través de YouTube.

Tiene una duración de tres minutos y cuarenta segundos, y está en formato panorámico. Se enmarca dentro de un contexto social actual, realista, donde el espectador se verá claramente reflejado.

Es un videoclip mixto que presenta el día a día de un personaje y su ansia por aparecer en las redes sociales.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Vemos a Tote King y un amigo le muerde el brazo. Nos acercamos a una estructura circular que sirve como una especie de invernadero para plantas, dando energía solar. Dentro de ella, Tote está junto a unos amigos para cantar el tema. Señala directamente a cámara mientras habla. De pronto vemos a un personaje con gorra en el centro de la pantalla. Todo gira en torno a él. Lo vemos en el paseo marítimo, entre unos toldos y en la playa con el móvil en la mano.

Comienza el estribillo y Tote canta mirando a cámara desde el centro de la estructura. Un saxo, un guitarrista, batería y contrabajo acompañan a la actuación, así como varios amigos de Tote que le hacen los coros y juegan con una pelota azul. De nuevo en la playa, vemos al protagonista entre las olas y con dos chicas, haciéndose fotos con el móvil. Mientras Tote canta, el protagonista abre su portátil. Se suceden fotografías del hombre poniendo diferentes caras. Ahora aparece junto a un puerto marítimo

saludando a alguien. En el centro de la estructura de hierro, Tote y sus amigos cantan, bailan y hacen tonterías entre ellos. Hay una cámara de cine hecha de cartón delante de ellos.

El protagonista aparece en diferentes lugares como perdido, mirando hacia todos lados con el móvil o el portátil en las manos. Tote y sus amigos cantan andando por las calles.

Una chica da una torta en la cara del protagonista, que enseguida se conecta con su portátil a internet. Parece decir la letra de Tote, mientras pide a varias personas de diferentes lugares que sean amigos. Luego aparecen varias fotografías del personaje junto a diferentes supuestos amigos etiquetados. Aparece junto a dos chicas con gorro rojo haciéndose una fotografía, después con tres chicos bebiendo hace lo mismo. Una de las fotografías cobra vida en el vídeo. En un camping, se une para la fotografía junto a cuatro personas, todos con las lenguas fuera. En cuanto hace la foto, se marcha serio.

Tote sigue cantando. El protagonista se hace más fotografías con chicas en bikini en la playa, y de nuevo nada más hacerla se marcha para subirla a internet. Aparece ya de noche subido en una noria con el portátil sobre sus rodillas. Mientras Tote y sus amigos cantan y bailan, el personaje sigue viajando a diferentes lugares y conociendo a personas con su móvil o su portátil pegado a él. Está en la calle y ve a unas chicas pasar. Se hace corriendo una foto con ellas. Se hace varias fotografías en el mismo lugar con diferentes personas.

Gana más importancia Tote y sus amigos. Aparece cantando y divirtiéndose, a la vez que canta parte de su estrofa. Primero cantan desde el centro de la estructura de plantas, luego en calles cercanas del mismo espacio. Vemos al protagonista con el portátil abierto junto al mar, entre bungalows, en la noria…

En el estribillo, Tote sigue cantando y el personaje utiliza la cámara de fotos para registrar diferentes momentos junto a varios grupos de personas de distintos lugares. Tote y sus amigos cantan y se mueven por su escenario. De nuevo con el portátil abierto, el protagonista guarda sus fotografías para subirlas a las redes. Aparece como loco en la playa buscando gente para hacerse más fotos. De noche, en una caseta de la feria encuentra a varias chicas con quienes hacerse algunas fotos más. Baila con la cámara de fotos en la mano. Junto a la noria, hace otra foto con otro grupo de chicos. En su casa, el protagonista incluso no duerme mirando las redes en su portátil.

Por la noche, sale a los bares a hacerse más fotografías, por las calles, junto a la noria… Tote continúa cantando desde el centro de la estructura y entre las calles cercanas, acompañado en todo momento. El protagonista bosteza frente al ordenador en su casa, se le cierran los ojos de sueño. Nos alejamos del escenario de Tote, pero éste se despide acercándose a cámara, mordiéndose la lengua, a la vez que hace un gesto de despeje con el brazo. El protagonista bebe un vaso de leche sin quitar la mirada de la pantalla. Tote sonríe con los brazo en alto, desenfocado.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

En este videoclip aparece por un lado Tote King, cantando el tema y haciendo de narrador, y por otro el protagonista de la historia que Tote narra. Los amigos, cantantes y músicos, que acompañan a Tote en la actuación son personajes secundarios, mientras que las personas de la calle con quienes el protagonista se fotografía podrían ser consideradas figuración, pues parecen ser anónimos espontáneos.

Vamos a encontrar dos entornos diferenciados. Tote y sus amigos se encuentran bajo una estructura de hierro con varios estantes donde hay plantas. Su actuación se centra en ese lugar, apareciendo a veces andando por las calles más cercanas. Allí siempre es de día y se utiliza la luz natural del sol para registrar la imagen. Se muestra todo el espacio con planos generales, en angulación contrapicada y en movimiento, llegando a conseguir planos aberrantes. Han utilizado un ojo de pez para captar la estructura al completo, centrando el interés en la actuación. Encontramos planos medios, abiertos y cerrados de los personajes, así como planos cortos de Tote.

Todos van vestidos con ropas propias del estilo del Hip hop: pantalones anchos y camisetas anchas y zapatillas deportivas. Tote se cambia de camiseta en varias ocasiones y lleva también gafas de sol. La cámara está en continuo movimiento, siguiendo la acción. Se utiliza además al final un plano corto de Tote desenfocado.



Por otro lado, un hombre va a ser el protagonista que muestra visualmente aquello de lo que Tote habla. La cámara siempre es paralela a su cuerpo, de manera que el hombre se va moviendo por diferentes localizaciones y nosotros siempre vemos un plano medio centrado en él, tanto picado como contrapicado.



Del mismo modo, la cámara siempre está en movimiento, sólo hay plano fijo cuando está en su casa de noche frente al ordenador.

Este protagonista se va a mover por diferentes lugares, vistiéndose de modo apropiado para cada uno de ellos. Destacan como elementos de atrezzo el móvil, la cámara fotográfica y el portátil, pues el protagonista siempre aparece con alguno de estos elementos en la mano. Podemos decir que vemos un resumen de cómo pasan los días en la vida de este hombre, desde el día hasta la noche

Los entornos de los dos protagonistas se mezclan, combinando planos de mayor duración, hasta cuatro segundos, con otros más cortos. Aparecen incluso fotografías sueltas y otras que congelan el vídeo hasta que continúa la acción.

- **Banda audio**

El tema comienza entre notas de un contrabajo y acordes de guitarra eléctrica. Luego se le suma una base instrumental con vientos y la batería. Está producido por Danari Gray. Tote King pone la voz, doblándose en los coros.

- **Letra de la canción**

¿Estáis listos? Todos os lo habéis buscado, todos nos lo hemos buscado, clínicas de desintoxicación pa' Internet por favor, rápido, urgentemente, (hou!)

[Estribillo]
¡Cierra el puto facebook ya!
¡cierra el puto tuenti ya!
¡cierra el puto twitter ya!
Redes sociales, redes sociales.

Yo no sé dónde veis dónde está la diversión
de enseñar a todos tu careto, hacer la exhibición,
y es que anoche te pegaste un fiestón
y tienes que subir las fotos porque es tu religión.

Debes de colgar las pruebas donde salgas sexy,
morritos en las fotos de tu puto tuenti
y hoy en día por toda esta porquería
más parejas lo dejan por saber más de lo que deberían.

Un solo clik y entrada a otro mundo:
facebook, tuenti, twiter lo más profundo.
Venga dame datos, suma puntos,
el dominio público es dueño de tus asuntos.
Que sí, nena, te quiero coño, ¿que no lo ves?
lo que no quiero ver yo es la foto de tu ex,
pa' estar conmigo al menos tienes que quitarla,
¡corre!, que tengo 31 y sigo sin ser progre.

Redes sociales motivos principales de separaciones
hasta en cuarentones, pa toas las edades valen.
Deja un comentario divertido,
etiquétame, agrégame, quiero ser tu amigo.
Cuántos amigos y qué originales,
todos con cubatas y cigarritos en los bares
y es que las fotos ya no son ni pa' lucir,
son pa' decir yo estuve en ese fiestón, no me lo perdí.

[Estribillo]
¡Cierra el puto facebook ya!
¡cierra el puto tuenti ya!
¡cierra el puto twitter ya!
Redes sociales, redes sociales.

Quiero estar en tos' laos', en tos' laos' mamá,
quiero estar en tos' laos', en tos' laos' papá,
quiero estar en tos' laos', en tos' laos'





y poner mi foto en grande y mi estado de ánimo.
Quiero estar en tos' laos', en tos' laos' mamá,
quiero estar en tos' laos', en tos' laos' papá,
quiero estar en tos' laos', en tos' laos',
sacarme cuatro fotos y subirlas rápido.

Al tote no consigues que lo callen,
¿Pa' qué quieres un twiter si tú no eres nadie?
Puro ego es lo que veo
es to', y amigos que resuciten su autoestima por los suelos.
Ponme comentarios que sienten bien,
tengo un tema nuevo, ¡escúchalo, man!
¡No! Yo no pienso irme a buscar
porque la mierda buena viene sola a mi auricular.

Yo soy el Te O Te E,
solo hay un amigo en mi top, y en la vida dos o tres.
Problemas tienen, lo juro,
si no han dao' la cara aun la darán, seguro.
Estás to' el día conectao, chico, no puede ser,
con las fotos ordenas' en la carpeta del mes,
yo también fui así pero rehabilité mi cabeza y flipé
cuando supe usar la red, ¡gente!

[Estribillo]
¡Cierra el puto facebook ya!
¡cierra el puto tuenti ya!
¡cierra el puto twitter ya!
Redes sociales, redes sociales.

Quiero estar en tos' laos', en tos' laos' mamá,
quiero estar en tos' laos', en tos' laos' papá,

quiero estar en tos' laos', en tos' laos'
y poner mi foto en grande y mi estado de ánimo.
Quiero estar en tos' laos', en tos' laos' mamá,
quiero estar en tos' laos', en tos' laos' papá,
quiero estar en tos' laos', en tos' laos',
sacarme cuatro fotos y subirlas rápido.

Yo no sé dónde veis dónde está la diversión,
todos con cubatas y cigarritos en los bares.
Yo no sé dónde veis dónde está la diversión,
Etiquétame, agrégame.
Debes de colgar las pruebas donde salgas sexy,
debes de colgar las pruebas donde salgas sexy,
morritos en las fotos de tu puto tuenti,
¡qué originales!

[Estribillo]
¡Cierra el puto facebook ya!
¡cierra el puto tuenti ya!
¡cierra el puto twitter ya!
Redes sociales, redes sociales.

- **Edición**

Se da la edición lineal al corte. Se utiliza tanto vídeo como imagen fija. Así aparecen fotografías del protagonista, algunas con las etiquetas de los nombres de los demás personajes puestas. Además se congela un fotograma y después continúa el vídeo, simulando que acaba de hacer una fotografía en algunos casos.

En cuanto a efectos especiales, se produce una modificación de la velocidad de los frames acompañada del movimiento de la posición de la imagen en postproducción, simulando movimientos de cámara como paneos y zoom. Este efecto va creando ritmo, sobre todo en la parte de la actuación. Para la historia

del protagonista, la sucesión de imágenes fijas y los breves clips crean ritmo. Con todo, se consigue un tempo acorde con la música.

Sólo en el minuto 2’14’’, aparece la pantalla partida compuesta por la superposición de la misma imagen. Al final, escuchamos los scratches y el vídeo se modifica pasando rápidamente hacia adelante y hacia atrás en el tiempo. El vídeo acaba con una breve imagen de Tote y un corte a pantalla en negro total.

La unión entre la música y la imagen no es casual, es una sincronía estética que pretende acoplar la imagen a la música en todo momento. Incluso cuando la letra dice “etiquétame, agrégame, quiero ser tu amigo” parece que el protagonista estuviese diciendo esas palabras. Toda la edición está supeditada a la música.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

El videoclip es mixto, y se puede dividir como se ha comentado en dos grandes apartados: la actuación de Tote cantando juntos a sus amigos y músicos y las breves historias que suceden al hombre en su vida diaria.

En la introducción del tema, llegamos al lugar donde Tote y los músicos están, y el protagonista de la historia aparece en diferentes lugares mirando a los lados, como buscando algo. El primer estribillo aparece Tote y sus amigos cantando. Desde la estrofa primera, se mezclan las imágenes de los dos ámbitos. Al final, vemos al protagonista de la historia acabando el día en su casa, ya cansado y aún frente al ordenador. Igual que empezó acercándose, la cámara se aleja al final del videoclip para que veamos el espacio al completo donde Tote ha cantado. Acaba con la imagen del protagonista ante el ordenador bebiendo leche y Tote desenfocado.

- **Puesta en escena**

Tenemos a dos personajes principalmente, como ya hemos dicho, en dos ámbitos distintos:

- Tote es el narrador, aquel que todo lo sabe y quien tiene la verdad. La letra de su tema intenta ayudar y dar consejo al protagonista de la historia y personas como él.

- El protagonista es un hombre joven que se dedica todo el día a ir haciéndose fotografías con el único propósito de colgarlas en internet. Está enganchado a las redes sociales.

De la historia del protagonista podemos extraer numerosos programas narrativos. Cada fotografía es una breve historia que el hombre vive, pero todas tienen el mismo final: Hacer una fotografía para publicarla en internet. Por ello, el programa narrativo general puede ser "Un hombre vive enganchado a las redes sociales".

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

El código espacial es decisivo en este videoclip. Mientras vemos a Tote cantando con sus amigos en un lugar exterior despejado, solitario, el protagonista visita numerosos sitios, exteriores e interiores, abarrotados de gente. Son lugares donde va uno a pasarlo bien, como la playa, un camping, la feria o una discoteca. Pueden pertenecer a una ciudad cualquiera, pero nos muestran diferentes espacios en diferentes momentos del día.

La vestimenta de Tote King y sus amigos se ajusta al estilo Hip hop, con ropas anchas y zapatillas deportivas. Resalta la vestimenta del protagonista, ajustada en todo momento a la situación que vive: en bañador en la playa, con la toalla al hombro junto al mar, con camisa en el puerto deportivo, con gorra y gafas de sol por el paseo marítimo, con mochila en un camping, con sudadera por la noche, con pijama en su casa…

La iluminación de la actuación se basa en una iluminación natural, luz día, donde resaltan los rayos de un sol brillante llegando a cámara. Se hace uso del styco para reforzarla. A lo largo de la historia del protagonista la iluminación va cambiando en función de la hora. Durante el día se sigue utilizando la iluminación natural, grabando también en ocasiones a contraluz, y durante la noche se refuerza la iluminación artificial propia de cada espacio con pequeño foco de luz blanca acoplado en la cámara.

- **Símbolos**

-Móvil, la cámara y el ordenador: El móvil es un elemento que se utiliza para las comunicaciones a distancia con otras personas. En este videoclip, el móvil es, al igual que la cámara, una extensión del cuerpo del protagonista, quien se pasa su vida echando fotos. Utiliza el ordenador para subir esas fotos a internet. Son tres elementos que muestran el nivel de adicción que tiene el protagonista a las redes sociales.

-Pelota azul: Entre los amigos que acompañan a Tote King, aparece una pelota azul con la que juegan. Es un reflejo del entretenimiento que más gusta al artista: el baloncesto.

-"T.O.T.E": Nombre del artista, que deletrea mientras imita las letras con las manos, o al menos lo intenta. Representa su personalidad, con este nombre se identifica.

V-RESUMEN VALORATIVO

Este tema es una crítica que hace Tote King al uso desmesurado que se hace de las redes sociales en la actualidad. Hay muchas personas que parece que viven para las redes, pues todo lo que hacen lo tienen que demostrar con fotografías, llegando al punto de no disfrutar de los momentos y buscar sólo el hecho de tomar fotos para publicarlas.

Con el vídeo, Tote presenta un ejemplo de persona que vive bajo la adicción a las redes. El protagonista de la historia va a muchos sitios llenos de gente donde dedicar un tiempo al ocio. Sin embargo, su único afán es buscar otras personas con quienes hacerse fotos para aparentar en internet. Son desconocidos,

juntos ponen caras y posturas, pero realmente con ellos no se divierte y después lo vemos sólo, aislado metido en el mundo de internet. Llega a no dormir por la noche, está pendiente de las redes en todo momento.

Tote considera además que las redes sociales más que ayudar a crear relaciones son la causa de la ruptura de muchas parejas, da igual la edad que tengan. Este hecho se muestra en la historia con la bofetada que una chica da al protagonista.

Frente a la historia, la actuación de Tote se presenta en una única localización, un entorno despoblado donde simula hacer su directo. Sin embargo, además de los músicos aparecen tres amigos que no sólo cantan y bailan. Entre ellos están bromeando, jugando a la pelota y se pasean por las calles. El ritmo de montaje en el vídeo refuerza esta idea, y comprendemos que se están divirtiendo.

En resumen, el videoclip es una lección que Tote intenta transmitir. Las redes sociales alejan a las personas de la realidad y comienzan a vivir como esclavos para ellas. Lo importante es disfrutar de cada momento que te ofrece la vida, aunque sólo tengas tres amigos. Con este tema, el artista hace una crítica social a la cultura de internet y las redes sociales que se está imponiendo, absorbiendo las mentes de las masas.

6.12. *Sol de Sábado, lluvia de Domingo,* Elphomega

I-IDENTIFICACIÓN

Sol de Sábado, lluvia de Domingo es el primer track del LP Phantom Pop del malagueño Elphomega, publicado en 2011. Es un tema producido por Sr. Narko. El videoclip está dirigido por Gabriel Tineo para Megabeats Producciones. Para su creación se han inspirado en la cultura pop art y el cine underground amateur americano de los años 60. Han utilizado una cámara Super8 con película Ektachrome para conseguir el aspecto deseado.





El vídeo está rodado entre las ciudades de Málaga y Madrid, mostrando de forma descriptiva su contexto

social actual. Pese a la estética de cine antiguo, este videoclip llama la atención del espectador por su originalidad y es uno de los vídeos más conocidos del artista, con más de cuatrocientas mil visitas a través de YouTube. Es imprescindible mencionar que el artista sólo cuenta con tres videoclips publicados, pero desde el primero de ellos*, MK Ultra*, se observa la intención de marcar un estilo diferente, original, descriptivo y muy cinematográfico, influenciado quizá por las vídeocreaciones. En su momento, el vídeo analizado supuso el reconocimiento del público de ese estilo propio en los vídeos musicales de Elphomega, que le llevó a crear el videoclip del tema *Doppelgänger* en 2012. La originalidad de este trabajo creado junto a Modularestudio, ha sido valorada con un total de diez premios.

El videoclip *Sol de Sábado, lluvia de Domingo* tiene una duración de 3'13'', y presenta un ratio de 4:3, propio de las antiguas cámaras Super8. Se trata de un videoclip descriptivo que mezcla imágenes tomadas de la realidad de dos ciudades por las que el artista se mueve: Málaga y Madrid. Entre ellas, resalta la importancia de la letra del tema, apareciendo algunas palabras taquigrafiadas.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

El vídeo comienza con la superposición de imágenes del mar y las olas rompiendo. De pronto vemos un cartel del nombre de una calle: Calle boquerón, lo que nos sitúa rápidamente en la ciudad de Málaga. La ropa está tendida al sol.

Hay un plano general del paseo marítimo. Aparece un parque y, al fondo, el mar. Las gaviotas revuelan por la zona. Unas manos sujetan unas gafas, a través de la que el público observa.

Se suceden varias cabezas de distintas estatuas, hasta que aparece por primera vez la cara del artista. Éste saluda a cámara y se pasea por las calles de Madrid. Un perrillo lo ve desde un escaparate. El sol deslumbra a la cámara, y volvemos a ver la imagen del mar, donde alguien surfea.

El artista sigue paseando por las calles de la capital. Vemos una pista de baloncesto mojada y al fondo la

ciudad de Málaga, con el sol deslumbrando.

De nuevo Elphomega pasea por las calles Madrid y empieza a rapear “Buenos días”, a la vez que aparecen en pantalla esas letras escritas en mayúsculas con máquina de escribir. El sol brilla y descubrimos la altura de una palmera en el paseo marítimo. En el suelo está la sombra del artista, quien aparece en ese paseo junto a un amigo. En la línea del horizonte que dibuja el mar, hay varios barcos. Un pajarillo en la hierba levanta el vuelo, y vemos las letras “wake up”, de nuevo con la tipografía propia de una máquina de escribir antigua.

El sol brilla en el centro de la imagen sobre la ciudad de Málaga, donde destaca la catedral. Vemos la cara de una chica en un parque, el artista y ella se pasean bajo el sol. Se acercan a un estanque de agua y descubrimos que hay patos. Un niño pequeño pasea de la mano de su padre.

Elphomega se asoma a una terraza para ver la ciudad. Sobre el cielo azul, los pájaros vuelan; en el mar, las olas se rompen. El sol brilla en la ciudad de Madrid, y el artista continúa su paseo. En un charco se refleja la sombra de una persona que pasa corriendo. Entre limones, hay una pequeña casa de ventanas amarillas.

El artista continúa el paseo. En la tierra del suelo, de nuevo se observa una sombra. Unas muchachas juegan a levantar la hojarasca del suelo. En primer plano vemos a Elphomega, sigue su paseo por la ciudad, se acerca a los escaparates, se cruza con gente. Algunos perros están aturdidos en la puerta de una tienda. Un gato siamés da vueltas en una habitación, tras él corre un hombre para acariciarlo y cogerlo.

Intuimos las figuras de unos caballos corriendo junto a un hombre. Los árboles rodean una caravana situada en medio de un campo. Un hombre con capucha se pasea cerca de la playa.

El gato siamés juega en su casa con un ovillo. Entre los árboles, se puede observar en el cielo el rastro de un avión. Una estatua sujeta sobre su cabeza una máscara. Se suceden imágenes del cielo y los árboles.

Hay varias personas reunidas en torno a una mesa, comen y ríen. De nuevo una imagen del cielo y después la palabra “infinitos” taquigrafiada. Varias flores bailan al viento. En la playa, se están haciendo

unos espetos de sardinas al fuego. En la reunión de amigos, el artista abraza a dos chicas.

Elphomega corre por los pasillos del jardín de un parque, y pasea por delante del antiguo cine Victoria de Málaga. Desde una terraza se asoma y ve grandes edificios. Comienza a llover, caen gotas sobre un charco. Una mujer que pasea con Elphomega se cubre con un chubasquero.

Vemos la estatua de un ángel sobre un edificio, y una calle con la boca del metro nos lleva a Madrid. La gente y el tráfico pasan. En un charco se refleja el cielo y el artista lo mira. Los coches corren entre los grandes edificios.

Empieza el estribillo de la canción, y en pantalla leemos las letras escritas a máquina sobre papel blanco: "SOL DE SÁBADO", "atrápalo", "LLUVIA". Sigue cayendo agua sobre un charco. El cantante se asoma a una terraza. La chica del chubasquero se pasea bajo la lluvia y se mete en los charcos con sus botas de agua. En el paseo marítimo ya no brilla el sol, está nublado y llueve, alguien pasea bajo un paraguas.

Delante de una ventana, se adivina la figura del cantante bebiendo de una taza. Elphomega y un amigo pasean por los jardines de Madrid.

El artista juega saltando entre la hojarasca, escondiéndose tras una pared. Un niño da vueltas agarrado a una señal. Un perro pasea tras su amo. Elphomega y una amiga juegan con la hojarasca del suelo.

Un pájaro vuela sobre la playa. Un bebé parece descubrir su entorno. Sobre una montaña hay nubes que se reflejan en el mar. Vemos de nuevo la estatua de la máscara, y la cámara enfoca un cartel del musical de Los Miserables en Madrid.

La canción va terminando, y aparecen varios planos de Elphomega paseando por las calles de la capital. Ya de noche, lo vemos con un gorro puesto. Se ven las luces del interior de un local donde el artista está rapeando. El vídeo acaba con los títulos de crédito, escritos con la misma tipografía utilizada en los insertos incluidos a lo largo del videoclip.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Éste es un videoclip descriptivo, todas las imágenes sirven de apoyo a la letra del tema. En general, son imágenes de corta duración, siempre inferiores a tres segundos, y están editadas al corte. Ha sido rodado como un testimonio, por lo que se utiliza en todo momento la cámara en mano, posicionada a la altura de la vista humana. Los movimientos de cámara serán por tanto naturales, utilizando el paneo vertical y horizontal, siguiendo de cerca la acción. En algunos momentos se utiliza el zoom, tanto in como out, para descubrir algo o acercar al espectador a algún elemento de interés. La mayoría de las imágenes se han rodado en exteriores, resaltando los elementos que dan nombre a la canción: el sol y la lluvia.

En primer lugar, descubrimos con planos generales el mar y con el uso del zoom nos muestra la calle Boquerón, localizando el vídeo en Málaga, su ciudad natal. Las gafas son un elemento característico de Elphomega. Con un plano detalle de las vistas a través de sus gafas, el artista invita al espectador a una visión subjetiva, quiere mostrar su mundo tal y como él lo ve. El videoclip se presenta, por tanto, como un paseo junto al artista. Los personajes son el propio Elphomega como principal y sus amigos como personajes secundarios, sin olvidar que la visión en primera persona hace que el espectador tenga un papel también dentro del videoclip. En cualquier caso los personajes llevan un vestuario y maquillaje naturales, destaca el chubasquero rojo que lleva una chica puesto para las ocasiones de lluvia. Se utilizan planos cortos de estos personajes y se muestra un acercamiento amistoso entre ellos para introducir al espectador en esa relación de confianza y amistad. En ocasiones, vemos al artista en plano corto hablando a cámara, como si estuviera contándonos algo. Otros rostros en plano corto se introducen en el vídeo, se trata de estatuas blancas de diferentes lugares.

Hay que resaltar también la aparición en pantalla de animales, con planos cortos y enteros. Desde un punto de vista picado, aparecen perros y caballos en exteriores y un gato en casa de un amigo. Por otro lado, los animales que aparecen con mayor frecuencia son las aves. En estos casos el punto de vista será diferente, se observa a un pajarillo alzar el vuelo o a las gaviotas volar libres sobre el mar de forma contrapicada.



Tanto al inicio del vídeo como entre estrofas, se utiliza un efecto que simula el pase de fotogramas

negativos propios de la película de cine. Al hilo de la letra, cuando el artista empieza a cantar aparece en pantalla “BUENOS DÍAS”, escrito con letras de máquina de escribir y en mayúsculas, resaltando su intensidad. A lo largo del vídeo aparecerán del mismo modo otras palabras que se quieren subrayar, como “WAKE UP” o “INFINITOS”. Sobre todo cobra importancia cuando llega el momento del estribillo, varias palabras se suceden rápidamente apareciendo sobre fondo blanco en toda la pantalla, de forma correlativa.

A lo largo del vídeo musical se puede diferenciar dos localizaciones principales: Málaga y Madrid. De Málaga aparecen imágenes de exteriores con iluminación natural, planos generales del mar y planos generales y cortos de Elphomega paseando por sus calles. De Madrid también se han tomado planos exteriores con luz natural, aunque todo parece tener una tonalidad más gris, con planos generales de grandes edificios y las calles llenas de vehículos y de gente. En ambas ciudades, el artista se ha asomado a una terraza en alto para obtener buenas vistas y se pasea por los parques.

Haciendo alusión al título del tema, el sol y la lluvia son dos elementos principales que se mostrarán de distintas formas. Por una parte, para reflejar el sol se han rodado imágenes contrapicadas a contraluz, tomando el sol de frente y obteniendo el reflejo de los rayos en cámara. Destaca también el juego de sombras, tanto de la figura del cantante a contraluz como la sombra reflejada en el suelo con planos picados. Por otro lado, la lluvia aparece en forma de charcos, donde caen gotas y se refleja la ciudad. En general, se intuye una iluminación natural que toma el aspecto propio de cine antiguo al rodarse con el uso de la cámara Super8. La película Ektachrome se caracteriza por obtener una buena iluminación gracias a sus 160 ASA. Se utiliza con frecuencia la aceleración de los frames, mostrando la inestabilidad de los fotogramas por ser película y por rodarse cámara en mano.

La iluminación cambia radicalmente al final. El artista nos traslada a un local interior de noche, donde predomina la oscuridad y resalta la iluminación de colores de un escenario. Se trata de una actuación en directo de Elphomega.

- **Banda audio**

El sonido es en todo momento sonido over, la canción incluida en postproducción al vídeo. El tema *Sol de sábado, lluvia de domingo* se compone de una base de música electrónica y unos samples de

voces femeninas que cantan en inglés. Tras la instrumental, se introducen bombo, caja y charles cuando empieza el cantante su primera frase. En la tercera estrofa, desaparece este acompañamiento para hacer un breve descanso y retomar en la cuarta estrofa. Tras los dos estribillos, el tema acaba con una parte instrumental sintetizada, propia del productor de música electrónica Narko.

- **Letra de la canción**

Buenos días, ¿por qué no abrirse al mundo y mirar?
Voy contigo, digo, digo, weak up.

El viento trae ecos de césped recién cortado,
el sol de sábado llegó sin haber avisado,
el cielo es tan azul y tan claro, el pájaro ha volado
y otro día se abre igual que un verde a bocado,
muito obrigado, va to’ bien por este lado
me ha contado el hombre del río que el frío ha cesado
y a la vida ha abrazado
¿dónde fue to’ la hojarasca que hemos pisado?,
con el invierno se hizo pasado.
Cuánto podrían contarte esos jeans gastados,
historias de los árboles y de hombros cansados,
animales de ciudad preocupados usando calzado
¿qué pides a la Tierra que la Tierra no te ha dado?,
¿Qué me da por las emociones de un Nick Drake colocado?
Vuelve a casa soldado porque tú ya has acabado
en cuanto muera el nuevo día nos habrán olvidado,
pero luce intenso hoy y te ha tocado, te has despertado.

Y el espacio nos miró y nos vio infinitos
creciendo como un tallo de hierba en cualquier sitio,
dorados como anzuelos en junio,
¿tú que le pides a la estrella de Ajenjo?
Si pensamientos van a ritmo de dancehall,



donde creciste ya no quedan cines viejos no,
ya no te atan sus diplomas, sus consejos, no,
no más que un trozo de suelo
para sentir que perteneces a esta espuma.
Puede llover como si el mundo se acabara
y aun así pasarlo bien haciendo dedo en este cruce,
no tengas miedo a fastidiarlo todo por la sed,
caminarás, si ya no pasan autobuses
¡eh! ¿dónde vas 2Pac sin rapso?, si no puedes soltar tu lazo,
andas perdido en la ciudad de los claxons, colapso.

[Estribillo] (x2)
Sol de sábado, atrápalo es lluvia después
a veces te orienta, otras te ciega y no ves
bajo la lluvia, uno recuerda quién es
y crecerás como la hierba a cada paso que des.

- **Edición**

Se ha utilizado la edición lineal, por corte, aunque en algunos momentos encontramos a modo de cortinilla un efecto que simula el paso entre fotogramas de la película de cine. El ritmo del videoclip en general es rápido, creado por la sucesión de numerosas imágenes de corta duración, algunas incluso aceleradas. Las imágenes se suceden al ritmo de la música, de manera que cuando la música y la letra son más rápidas vemos más imágenes de poca duración, y cuando se tranquilizan, las imágenes son más duraderas y estables.

Entre la música y la imagen podemos decir que hay sincronía estética, ya que encontramos puntos de conexión en el ritmo y en el propio significado de las imágenes con respecto a la música y a la letra. No es un videoclip descriptivo de edición casual e imprevisible, sino que está hecho con una intención y un vínculo entre los elementos que lo forman.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

La estructura del videoclip se basa en el ritmo de la música y apoya en todo momento a la letra de la canción. Se trata de un videoclip descriptivo, en el que podemos diferenciar varios apartados según la música:

-El vídeo comienza con el pase de fotogramas y durante la introducción instrumental el artista nos presenta la situación.

-Un nuevo pase de fotogramas nos indica que comienza otro apartado, comienza la letra. En las estrofas se suceden las imágenes que subrayan de algún modo lo que la letra transmite. Al final de la segunda estrofa, la música tiene más cambios, se enriquece, y las imágenes pasan de forma más rápida.

-Empieza la tercera estrofa y las tomas son más largas, acompañando a una base más ligera y una letra más pausada. El ritmo se recupera justo al acabar esa estrofa, y ya continúa hasta el final del vídeo.

-El comienzo del estribillo resalta dando relevancia a la palabra, que aparece en la imagen.

-La parte instrumental final también es más tranquila, las imágenes duran más tiempo en pantalla y presentan mayor quietud. Hay que resaltar que al final se muestran varios fragmentos del artista en uno de sus directos cantando.

- **Puesta en escena**

El videoclip se ha rodado en espacios reales, sobre todo en exteriores de las ciudades de Málaga y Madrid, como ya se ha comentado. El personaje principal que aparece es el propio artista, que saluda y habla a cámara. Todo el vídeo supone un punto de vista subjetivo, por lo que el público vive en primera persona el vídeo, como un personaje más. El artista nos acerca así a sus amistades y al entorno en que se mueve. Aparecen como personajes secundarios un chico que pasea con él por Madrid, varias chicas que también pasean junto a él y juegan en un parque con la hojarasca del suelo, una chica con un chubasquero, un

chico que juega en su casa con su gato, y varias amigas en interior, en lo que sería una reunión de amigos de una noche cualquiera en una casa. Aparecen además personajes anónimos, personas que pasean por las calles, entre las que destacan varios niños. Hacia el final vemos también un bebé.

Al tratarse de un videoclip descriptivo, no podemos definir un programa narrativo. Sólo se puede indicar que el videoclip muestra de modo subjetivo la vida del artista.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

El vídeo se rueda en dos espacios principales, exteriores. Por una parte, vemos las calles y los paisajes de la costa de Málaga, se presenta como una ciudad soleada donde el mar impera y resalta en su panorámica la catedral. Por otro lado aparecen espacios exteriores de Madrid, la capital, con grandes edificios, mucho tráfico y personas por las calles. En ambos casos son ciudades por las que el artista se mueve en la realidad.

Los personajes llevan una vestimenta actual y casual. Destacan como elementos propios del cantante sus gafas y al final del vídeo, un gorro que lleva para una actuación. De los demás personajes secundarios sólo tiene más importancia la chica que porta un chubasquero rojo para la lluvia, así como otros personajes que llevan paraguas por las calles.

Pese a tratarse de exteriores, la iluminación ha sido cuidada. A lo largo del vídeo se hace un contraste entre la luz y la lluvia, como el título de la canción indica. Hay planos tomados a contraluz para conseguir captar los rayos del sol, imágenes muy contrastadas y sombras. Hay otros planos en los que aparecen charcos y lluvia cayendo o agua estancada. En ambos casos se ha creado un juego de luces y sombras, basado en el reflejo del sol y el reflejo del agua.

- **Símbolos**

Al tratarse de un videoclip descriptivo, hay una serie de elementos o símbolos que tienen significados relevantes en la descripción:

-Sol: El sol es uno de los elementos principales del videoclip. Aparece de frente, en forma de rayos o incluso reflejado en el mar o en los charcos. Como fuente de vida, el sol transmite energía y positivismo.

-Lluvia: El segundo elemento de mayor importancia es la lluvia, que se muestra cayendo en gotas, formando charcos o ya embalsada en algún tipo de estanque. Es la consecuencia de las nubes que aparecen en el cielo, pero a su vez el agua refleja su entorno, el cielo y hasta la luz del sol. Forma parte del ciclo del agua y es una muestra del paso del tiempo.

-El mar: El mar de Málaga es el protagonista de la ciudad. En él tanto los barcos como los surfistas de mueven, entre la calma y el movimiento de las olas. El mar ha sido un símbolo muy utilizado desde la literatura hasta otras formas de arte, otorgándole numerosos significados. En este videoclip, el mar puede representar un anhelo del cantante, algo que le gusta de su tierra y echa de menos fuera de ella.

-Cartel de la calle Boquerón y ropa tendida: Presentan la ciudad de Málaga, reconocida como la ciudad de los boquerones. La ropa tendida en la calle muestra la clase social predominante del lugar.

-Pájaros volando, caballos corriendo: En los dos casos, los animales vuelan o corren en libertad, haciendo uso de la misma. Pueden representar las ganas de libertad de movimiento del artista.

-Espeto de sardinas: El espeto de sardinas es uno de los platos más típicos de Málaga, famoso por hacerse en una hoguera a pie de playa. Representa lo auténtico malagueño.

-Gafas: Las gafas son un elemento característico de Elphomega, ya que es uno de los pocos raperos españoles que canta y se presenta en público llevando sus gafas puestas. Son tan importantes que en una ocasión el artista llegó a dedicarles una canción, *Serán las gafas*. Con ellas invita al público a ver el mundo como él lo ve.

-Chubasquero rojo, paraguas: Hay algunos elementos para protegerse de la lluvia. Aparecen con el fin de ratificar que, en efecto, está lloviendo.

Además, existen numerosos elementos que representan varias dicotomías a lo largo del videoclip, como puede ser la naturaleza, los árboles y los animales frente al tráfico, los edificios y la muchedumbre de la ciudad. Y entre el sol y la lluvia, se crea también un juego de luces, sombras y reflejos que colaboran en la estética escogida para el vídeo. Podríamos decir que cada imagen del vídeo descriptivo es un símbolo en sí mismo, y guarda un significado que el artista ha querido transmitir.

V-RESUMEN VALORATIVO

Este vídeo podría interpretarse de muchas formas de no ser por la letra del tema. Pese a ser un artista gráfico y buscar un estilo propio, realmente en este videoclip Elphomega destaca la letra ante todo. Cada imagen se basa y subraya la letra.

Las imágenes son en todo momento descriptivas, pero están tomadas y editadas con un sentido y una intención concretos. Al principio el mar, la calle Boquerón y la ropa tendida al sol nos sitúan en la ciudad de Málaga, no como ciudad turística o comercial, sino como una ciudad cotidiana y cercana, de barrio. Su mar, sus calles y su sol hacen de ella una ciudad brillante.

Entre diferentes caras de estatuas, saluda el artista a cámara, estableciendo desde el primer momento una relación directa y cercana con el espectador. Muestra con ello una clara diferencia entre una estatua y él, una persona en movimiento, que quiere alzar el vuelo y resolver sus inquietudes. Tal y como indica la primera frase del rapero, "Buenos días, ¿por qué no abrirse al mundo y mirar? Voy contigo, digo, digo, weak up.", con el vídeo pretende que los espectadores se abran al mundo y lo miren, que se despierten y observen a su alrededor. Para ello, cede sus gafas al público y le da la visión en primera persona. Lo invita a un paseo por su vida, un viaje a la gran capital y sus oportunidades, manteniendo siempre en la retina su ciudad y su gente, como indica con ese "voy contigo".

Un día de sol en la capital trae recuerdos al artista, evoca su ciudad natal y plantea un nuevo ciclo. Ha

pasado el invierno, ha vivido mil historias en Madrid y está agradecido por la experiencia pero a la vez cansado. Es la incorformidad propia del hombre ("animales de ciudad"). El sol le ha despertado y le ha hecho ver que igual que los días de sol, los días de emoción y fama son efímeros, pasajeros. Junto a la añoranza por su tierra, el artista se plantea volver.

Sin embargo, consideró un momento de felicidad como eterno. Como persona primero, y como artista después, estaba creciendo fuera del hogar y durante un instante se sintió grande. Sus pensamientos y su forma de ser le llevan a hacer música. Ya no ve a Málaga como la ciudad que era, no ve oportunidades, nada le ata a ella salvo el sentimiento de pertenecer a su tierra. Esto hace que aumenten sus ganas de salir, de volar. E invita al público a soltar los lazos que le puedan atar para encontrarse a sí mismos y luchar por sus sueños: "no tengas miedo a fastidiarlo todo por la sed". Él no puede vivir sin hacer rap, y acepta trabajar en ello en la gran ciudad, aunque a veces se sienta perdido y eche de menos Málaga.

El estribillo es una metáfora en la que Elphomega resume el planteamiento de la canción. El sol representa los buenos tiempos, los días buenos. Quédate con ellos y guárdalos en el recuerdo. A veces en esos días piensas con claridad o, todo lo contrario, la felicidad no te hace ver las cosas como realmente son. Sin poder evitarlo, después del sol llega la lluvia, que te baja a la realidad. Representa los días malos, aquellos en los que ves quién eres. En cualquier caso, cada decisión y cada paso en esta vida te enseñarán alguna lección que te ayudará a crecer como persona.

El final del vídeo puede ser como un resumen de la vida del artista, de bebé a actuar en directo en los conciertos. Es el resultado del movimiento y el crecimiento de una persona, que, tras luchar por sus sueños, los consigue.

6.13. *Agua pa beber,* Gordo Máster y Langui.

I-IDENTIFICACIÓN

Este tema pertenece al disco Intocable de Gordo Máster, publicado en 2012. Cuenta con la colaboración del artista El Langui, del grupo La Excepción. Este videoclip se acerca al cortometraje por su narrativa



y duración, de siete minutos y medio. Está en formato panorámico 16:9 y ha sido realizado por PronoEstudio.

Se enmarcan en varias zonas de la provincia de Málaga en la época actual. El espectador puede sentirse reflejado en la sociedad que observa en el vídeo. Es un videoclip narrativo que cuenta el robo y desaparición de los Goya del Langui.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

El videoclip comienza situándonos con la infografía en una playa de Málaga. En un chiringuito, el productor de música Niggaswing está sentado escribiendo con el móvil. En Benalmádena, Gordo Máster está sentado, esperando a salir a las pruebas de sonido antes de dar un concierto. Recibe un mensaje en el móvil de Niggaswing, ordenando el robo de los Goya del Langui. En el concierto, todo el mundo canta con la mano en alto. El DJ está junto a los platos. Gordo Máster canta en el concierto.

En otro rincón de Málaga, Niggaswing bebe una copa junto a una piscina y escribe un mensaje en el móvil a Gordo Máster preguntando dónde está. El Gordo está en una playa tirado junto a varias botellas de alcohol. Se despierta al sonar el móvil.

Empieza la estrofa del Gordo y canta mirando directamente a cámara frente a las neveras de un chiringuito, en el exterior. Aparece junto a él el Langui. En Puerto Banús, el Langui pasea con un cochecito de mellizos. Una cámara especial de espías parece captar su imagen y analiza sus datos, mostrados en pantalla con infografía. Tras un poste se esconde Gordo Máster, que observa al Langui. El Gordo sigue cantando mientras aparece también escondido tras un muro y tras un periódico. La música para.

Niggaswing está en Puerto Banús y llama al Gordo, preguntando por los Goya del Langui. El Gordo retoma la estrofa y canta junto al Langui. El Gordo llega a Guayaba Beach, un chiringuito de San Pedro de Alcántara. En la playa, el Langui juega con sus Goya. Los acaricia, les pone un gorro, les da helado…

Gordo observa todo desde la parta más alta del chiringuito.

De nuevo para la música. Una barca está parada en medio del mar Mediterráneo. En ella, el Langui da de beber batido marca "Nesquik" a sus Goya. Llega Gordo por el agua y roba los Goya en un momento en que el Langui no lo ve. Cuando éste se da la vuelta y descubre que no están, se preocupa y mirando a su alrededor ve al Gordo. Lo amenaza y arranca la barca para perseguir al Gordo, que va montado en moto acuática. El Langui persigue al Gordo mientras se insultan y amenazan. Gordo deja la moto en la orilla, coge los Goya y se va.

Vuelve la canción, esta vez canta el Langui y después Gordo Máster.

Por el pasillo de madera de la playa, corre el Gordo con los Goya en las manos. Le sigue en la silla de ruedas el Langui. Por poco chocan los dos con las personas que van a la playa. Por el paseo marítimo corren uno detrás del otro. El Langui, cansado, mira a ambos lados y se le ocurre una idea. Se acerca a un kiosco y compra una caja de bombones. En el poyete que separa el paseo de la playa, el Langui va dejando bombones. Al pasar por allí, el Gordo coge uno, y luego otro, y otro, hasta que suelta los Goya en el mismo poyete para poder comerse los bombones de la caja. En ese momento, alguien aprovecha para robar los Goya.

El Langui sigue cantando su estrofa junto al Gordo. Aparece en un barco, simulando ser un patrón de barcos.

En el chiringuito de San Pedro, ponen unos espetos en la candela. Gordo y el Langui están en una mesa sentados, y el camarero se acerca. Trae agua para que beban. Langui se come una sardina, no deja ni las espinas. El Gordo le sirve agua y ambos brindan y beben. El hijo del Langui se acerca a pedirle dinero, el padre se niega y Gordo Máster se lo da. El niño se acerca a lo que parece una caseta de feria. Va a jugar a tirar las latas con una pelota y justo allí están los Goya. El niño tira pelotas, pero no consigue derribar las latas.

Los protagonistas cantan junto al chiringuito y sentados en la mesa, comiendo y bebiendo. Los dos bailan y ponen caras. Gordo Máster se enjuaga la boca y echa el agua a cámara.





Tras el videoclip aparecen tomas falsas acompañando a los créditos finales.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Se utilizan planos generales picados con cámaras aéreas para presentar los lugares, como el chiringuito Guayaba Beach o Puerto Banús. El entorno principal que se muestra es el mar, desde diferentes lugares pero siempre dentro de la costa de Málaga. Son grandes espacios abiertos con mucha iluminación natural. En estos espacios vemos la cultura de sol y playa, donde resaltan los espetos malagueños.

En la introducción hay planos enteros de Niggaswing, actor secundario, y Gordo Máster en el concierto, planos medios cortos y detalles de los móviles durante la conversación mediante mensajes. En el concierto además vemos planos detalle de los platos del DJ y del público del concierto. A lo largo del vídeo, Niggaswing aparece más veces con planos medios y cortos, y más detalle de los móviles. En la playa, vemos en plano corto y entero al Gordo, junto al detalle de las botellas.

La actuación de Gordo Máster y el Langui se va a basar en planos medios y cortos contrapicados de los dos artistas junto a un chiringuito. Son los dos protagonistas de la historia, los Goya son el objeto por el que estos personajes se mueven. Se utilizan planos de corta duración, inferiores a dos segundos, tomados desde una posición fija de cámara. Ya después de comer juntos, cantan también sentados en la mesa, apareciendo en planos medios cortos frontales.

A Langui se presenta con planos enteros y medios largos algo contrapicados. Durante la parte narrativa, hay muchos tipos de planos: generales, medios y cortos, tanto picados como contrapicados. Los planos de mayor duración aparecen en esta parte, alcanzando los cinco segundos. Muchos de estos planos son fijos cuando los personajes permanecen estáticos, pero también hay movimientos de cámara como paneos horizontales, la cámara en mano y uso del trasfoco.

  - **Banda audio**

El sonido durante la historia narrada está tomado del directo, cogiendo además sonido ambiente. Aparte

del tema musical, para este videoclip Niggaswing ha creado toda la banda sonora, con diferentes tipos de música y efectos. La canción ha sido incluida junto a la banda de audio en postproducción, es sonido over. La base musical se compone de un sample con sonidos electrónicos y percusión de caja, bombo y charles.

- **Letra de la canción**

Échale arroz compadre a estos dos inestables,
el fumón te incita al baile,
prima, no llegues tarde.
El vacilón, Mami,
el que en tu silla no cabe,
el come arroz
Homie al chef de los chefs
lo llaman zampones,
Bro, lo hago con flow,
un litro o un porrón,
el mono borracho aliento de dragón, guasón.
Fatman y Langui, aguanta el subidón,
lo partimos como parto el salchichón,
fino hom, ¡fino!

El combo pepino, inolvidable como un vespino,
ojo clínico, siempre atino vaya de ron o de vino, primo.
A quién mejor vas a escuchar,
camela esta mierda y ponte a vibrar.
Hoy quiero que arda el mar,
sangre caliente y blunt pa fumar.
Sueno en plástico, el pago en metálico.
Con el mediático, hoy trae el látigo.
¡Pánico!, tírate del ático,
no me seas fanático,
aquí partimos todos los estatus.





Clásico, pollo frito y cine asiático,
el gordo es simple como un estropajo de esparto,
experto en el arte de rimas de infarto,
encaro otra etapa sudores a charcos.

[Estribillox2]
Guau guau guau agua pa beber,
venimos to secos de fumar miel.
¿Toser? No, no queremos toser.
La espina del espeto nos jalamos también.

Llego ¿Con Bego? No ¿Con Sofía? Tampoco. Con el Gordo Master,
en su tripa le caben 500 hamsters
¡Aparquen!
Aparco, de aquí a dos semanas patrón de barco.
El Langui es un peligro
¿Qué dices Andresito? Si en Málaga su primo no pierdo equilibrio.
¿Tú lo ves? ¡Te vas a caer!

Lacorro su raza se calza zapatos que valen jurdeles,
laureles enfrente de mi patio,
los vatios aumentan,
la gente va a tientas,
Euribor que sube,
miramos las nubes,
verdugos contentos,
el yate del Jeque no cabe en el Puerto Banús,
se queda pequeño pa él.
Él dice: ¡Uno nuevo construyo, no importa joder!
Guau, guau, guau fumas tú o fuma él,
apurando la chusta no disgusta yo lo sé.
Entro en el garito y te digo el taconcito,

lindo detallito al descubierto esos deditos.
Pencos por aquina, la prima va to fina y quiere rima,
al lao de sus colegas, son raperos,
se escuchan por la noche "El Rimadero".
Y... mangas verdes no soy Snoop Dogg,
tampoco él tiene los andares como yo.
Un MC frustrao nueva revista ha montao,
aun te queda grande cubrir mis saraos.
Salgo por la tele y estoy endiosao,
te china que mis Goya no tomen Colacao,
son más de Nesquik,
tu remember me,
con el Gordo, con el Langui, lo escuchamos así.

[Estribillox2]
Guau guau guau agua pa beber,
venimos to secos de fumar miel.
¿Toser? No, no queremos toser.
La espina del espeto nos jalamos también.

- **Edición**

Se hace edición lineal, al corte. El juego entre la historia narrada y la actuación de los dos MCs crea dos ritmos de montaje diferentes. Por una parte en la historia se utilizan planos más abiertos de mayor duración, mientras que cuando los artistas cantan a cámara los planos son más cerrados y breves. Se crea así un tempo para el tema principal diferenciado de la narración.

Se utiliza la infografía para añadir información y situar al público. Para las conversaciones entre móviles mediante mensajes de texto se usa la aparición de la pantalla del móvil como una pequeña pantalla partida. Para separar diferentes momentos en el tiempo, se utiliza el fundido a negro. En otras ocasiones, se eliminan fotogramas del paseo de un personaje para acercarlo con mayor rapidez. En la edición se ha ampliado la imagen del vídeo, simulando un zoom.

Durante la historia hay unificación entre el sonido y la imagen, pues el sonido se ha tomado del directo. En la parte donde aparece el tema musical la sincronía es estética, los artistas cantan y bailan mientras la letra continúa y se unifica mediante el ritmo.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Estamos ante un videoclip narrativo que conjuga dos grandes bloques diferentes por su propia naturaleza: la historia que sucede a los personajes y la actuación de los mismos cantando el tema. En cualquier caso, al ser narrativo su estructura se basa en el desarrollo de la historia:

-Presentación: Niggaswing llama a Gordo máster para encomendarle una misión: robar los Goya al Langui.

-Nudo: El Langui llega a Málaga. Gordo observa y persigue al Langui hasta conseguir arrebatarle los Goya. El Langui idea una táctica para quitarle los Goya al Gordo, pero al final una tercera persona los roba.

-Desenlace: Nadie sabe quién es el ladrón, sólo al final del vídeo el hijo del Langui intenta recuperarlos tirando las latas en la caseta.

- **Puesta en escena**

Niggaswing es el primer personaje en aparecer. Es un personaje secundario que siempre aparece en un ambiente relajado, escuchando música y hablando por el móvil en algún chiringuito de la costa de Málaga. Al final del vídeo aparece el hijo del Langui, otro personaje secundario.

Gordo Máster aparece primero en un concierto, esperando las pruebas de sonido. Lo vemos en el directo, cantando ante el público que le sigue. Gordo Máster y el Langui son los protagonistas de la historia, del

videoclip en general. Aparecen siguiéndose el uno al otro por diferentes espacios: Puerto Banús, San Pedro de Alcántara, el mar Mediterráneo… En el momento de la actuación, cantan juntos al lado de un chiringuito. Siempre están en la misma localización, a excepción de los planos en que el Langui aparece sólo, que está en otro lateral de otro chiringuito. Al final de la última estrofa cantan también sentados a la mesa.

A lo largo de la historia hay numerosos programas narrativos que muestran los fallos de Gordo Máster en el intento de robo de los Goya. El principal programa es "Langui pierde sus Goya".

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En cuanto al espacio, salvo el concierto el vídeo nos muestra en todo momento un ambiente de sol y playa, reflejo de la Costa del Sol. No se muestra Málaga como ciudad, pero sí algunas zonas de su costa: Puerto Banús o San Pedro de Alcántara. Los chiringuitos son los principales escenarios, ya sea en una playa u otra.

La vestimenta en la actuación de los MCs es la propia del estilo Hip hop, llevando ropas anchas y zapatillas deportivas. El Gordo en ocasiones lleva además gorra. Cuando están en la playa y en alta mar, los protagonistas aparecen con bañador. Llama la atención el chaleco salvavidas del Gordo, que deja ver su tripa. De Niggaswing destacan las gafas de sol a modo de mafioso que siempre lleva consigo.

La iluminación es natural en todo momento. Se utiliza el propio sol como fuente principal de iluminación, resaltando su calor y su potencia.

- **Símbolos**



-Móvil: El móvil es el medio por el que Niggaswing y Gordo Máster se comunican. Utilizan un chat para escribirse mensajes. Es el medio por el que se transmiten las órdenes para el plan.



-Los Goya: Son premios que el Langui ganó con la película "El truco del manco", a los que supuestamente tiene un aprecio especial. Se lo concedieron en 2008 como Mejor Actor Revelación y Mejor Canción Original. Es el objeto por el que se mueven los protagonistas a lo largo del videoclip.

-Bombones: Los bombones son la trampa perfecta. EL Langui piensa que Gordo Máster al ser gordo no puede resistirse al dulce, y acierta.

-Barco y gorro: Aparece en un momento dado el Langui simulando ser un patrón de barco. Junto a un barco, él lleva el típico gorro de patrón. Es una imagen que simboliza el sueño del Langui.

-Espetos: Los espetos aparecen tanto en las cañas, haciéndose al fuego, como en el plato, ya en las espinas. Los protagonistas acaban comiéndose incluso esas espinas. Los espetos forman un plato de sardinas típico de la cocina malagueña. Reflejan el sabor más representativo de la tierra.

-Agua: Como indica la letra, los artistas quieren "agua pa beber". Es la bebida que quita la sed que produce el calor de Andalucía y con lo que pueden superar los malos tragos.

-Brindis con agua: Según la cultura popular, brindar con agua trae mala suerte. El brindis en el videoclip simboliza esa mala suerte, ya que justo después descubrimos que los Goya están en la caseta y el niño intenta recuperarlos pero no puede.

V-RESUMEN VALORATIVO

El videoclip cuenta una historia entretenida, cómica, que viene a resaltar algunos defectos de los protagonistas. Vemos así al Gordo de resaca tirado en la playa o hinchándose de comer bombones con gula. Por otro lado, Langui aparece endiosado yendo con sus Goya a todas partes, como si de sus hijos se tratara. Los cuida, los mima y no los quiere perder.

En la letra se hace referencia a algunos de esos defectos de forma satírica. Los propios artistas se ríen de sí mismos, sobre todo de sus defectos físicos, utilizando calificativos como "Come arroz" para el Gordo

o "mediático" para el Langui.

Las imágenes y planos generales aéreos nos presentan parte de la costa de Málaga como un lugar vacacional, cercano al paraíso. Sol, calor, playa, mar y la buena comida son algunos de los elementos que describen este ambiente. En la letra, se hace también referencia a Málaga. Langui habla del Jeque árabe que mantuvo al equipo del Málaga club de Fútbol. Hace referencia también a los amigos del Gordo como raperos interesados en el Hip hop que escuchan el programa "El Rimadero".

Como ya hemos dicho, el programa narrativo principal es que el Langui pierde los Goya, pero no es tan importante este programa como todo lo que transcurre durante el desarrollo de la historia. Mediante esta historia, los protagonistas se muestran como seres imperfectos que se unen para hacer un tema juntos, y juntos disfrutan de las maravillas de la Costa del Sol, como la playa o comer pescaito. Málaga es una tierra de vacaciones de verano recomendada tanto por malagueños como por otros que no lo son.

6.14. *En pie*, Quilate y Little Pepe

I-IDENTIFICACIÓN

En pie es el último tema del disco Estamos en el aire del granadino Quilate, publicado en 2011 con SFDK Records. Es un tema producido por Rik Marvel donde Quilate canta y Little Pepe le acompaña en los estribillos. El videoclip ha sido dirigido por Jesús Gómez.

Se hizo público en octubre de 2012. Dura cuatro minutos y veintinueve segundos, y está en formato panorámico 16:9. Se ha rodado en su totalidad en la ciudad de Granada, utilizando el bus turístico para recorrerla. Muestra, por tanto un contexto social andaluz y actual.

Se trata de un videoclip mixto, en el que Quilate y sus amigos montan en un bus para recorrer la ciudad de Granada.





II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Comienza el audio antes que el vídeo. Escuchamos los ruidos propios de una ciudad. Aparecen varias imágenes de las calles de una ciudad y los semáforos, mientras se superponen los títulos de inicio. Se mezclan las calles, un cierre pintado con líneas rojas y amarillas y ya vemos a los protagonistas del vídeo. Quilate aparece sentado en un banco en la plaza de la Fuente de las Batallas, en Granada. Llega acercándose Little Pepe, Quilate se levanta y el malagueño se quita incluso la gorra para saludar a su amigo. Los dos andan por las calles del centro de la ciudad. Se acercan a un autobús turístico y deciden montar. No están solos, invitan a un grupo de amigos a pasar al autobús.

Little Pepe canta el estribillo mirando a cámara desde la parte alta del autobús. Se combinan imágenes en las que todos los amigos bailan allí arriba con otras en la que todos están sentados como turistas. Quilate hace los coros. Vemos a los dos protagonistas por diferentes calles del centro de Granada paseando. El autobús pasa bajo un cartel de señalética de la ciudad que muestra las direcciones hacia la estación, Sierra Nevada y la Alhambra. Quilate y Little Pepe siguen su paseo por la ciudad y pasan por las típicas calles estrechas del barrio del Albaicín. Un taxi se cruza con el bus.

Quilate comienza su estrofa cantando desde la parte alta del bus. Aparece junto a Little Pepe allí y paseando a pie de calle. Quilate acerca la mano a cámara, simulando unos pasos y Little Pepe hace la paloma con las manos. Seguidamente, aparece el malagueño con los brazos abiertos de pie sobre el bus. Sentado o de pie, Quilate continúa cantando en el bus, dando palmas al ritmo de la caja.

Una chica escucha música con unos cascos puestos. Está en una azotea, con la ciudad al fondo. Desde allí ahora canta Quilate, sentado en unas escaleras con un radiocasete a sus espaldas. En la azotea hay una fiesta, allí todos los amigos de diferentes procedencia se divierten. Estas imágenes se mezclan con las del bus. Una chica rubia sonríe y tira un beso a cámara, otra morena con gafas hace la peseta. Quilate canta desde el bus y desde la azotea.

Alguien baila locamente cerca de la Catedral. Continua el paseo en bus, la gente baila. Un hombre de la reunión agita una bandera de Jamaica. Siguen cantando en el bus.

Little Pepe canta el estribillo mientras todos bailan en el bus. Se pasean cantando por el Albaicín. Canta junto a Quilate con la ciudad al fondo. Quilate saluda a varios hombres que también han subido en el autobús. Pasan por un cartel que señala la dirección hacia Chana, el aeropuerto, y Mercagranada. Little Pepe continúa con el estribillo desde el autobús y por las calles.

Quilate echa el brazo por encima a un amigo en el bus. Después, hace lo mismo con Little Pepe. Las chicas bailan y cantan al son. Quilate hace un corazón con sus manos y una chica con flequillo hace lo mismo. Sigue cantando en la primera planta del autobús y las chicas bailan. Saludan a otro autobús turístico al pasar por el lado. Con la ciudad al fondo, Quilate canta junto al malagueño. Continúa la estrofa desde el bus y en la azotea, a la vez que vemos más de cerca a algunos de sus acompañantes.

En las mismas localizaciones, Little Pepe canta el estribillo. Todos bailan desde la azotea, dando palmas al ritmo de la canción. Desde el bus, saludan a la gente que va andando por la calle. Pasan por semáforos, tienen un ciclista delante, la gente de la calle saluda. Todos siguen bailando y saltando en el bus. Al final, aparecen uno por uno los personajes que han participado en el videoclip. Quilate señala a cámara y se corta a negro.

Los créditos finales mezclan imágenes de vídeo de los artistas por la calle a cámara lenta con el ruido de la ciudad. La última imagen es una panorámica de Granada.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

El videoclip nos sitúa desde un principio en un ambiente urbano. Escuchamos el ruido de la ciudad mientras planos generales de calles llenas de bloques de viviendas y semáforos. La infografía presenta el videoclip. La ciudad se muestra con planos generales. Sabemos que estamos en Granada al ver un plano general con escorzo de Quilate en primer término mientras Little Pepe se acerca. Se presentan de ese modo juntos el lugar y los personajes principales.

Los dos MCs son los protagonistas del videoclip. Aparecen vestidos al estilo Hip hop, con ropas anchas, zapatillas deportivas y gorras ed visera plana. Las personas que participan en el videoclip subiendo al

bus son personajes secundarios. Llama la atención que se ve que son personas de diferente procedencia. La gente anónima de la calle es considerada figuración natural.

Se utilizan los planos más abiertos, generales, para presentar los diferentes lugares con los personajes. Del mismo modo, se muestran con planos generales a esas personas que pasean por las calles, con una angulación claramente picada, pues son las vistas que el bus ofrece.

La actuación de los protagonistas se basa en el juego de planos medios y cortos de ellos en las diferentes localizaciones, cambiando también la angulación. Hay ligeros picados y algunos contrapicados en el bus. Allí además hay planos cortos también de las demás personas que disfrutan del viaje. En la azotea, los planos de Quilate son planos más largos y más contrapicados. Se utilizan planos medios cuando los dos pasean por las calles de Granada, donde se ven las teterías y tiendas de arte árabe. Aparecen algunos planos detalle, como el cierre con colores rojos y amarillos, los pies por las calles de la ciudad o subiendo al bus, y las chicas.

Hay pocos planos fijos. La mayor parte del videoclip hay movimiento de cámara con steady. Así, se siguen los paseos y cabecea la cámara en el autobús hasta llegar incluso a planos aberrantes. Se hacen paneos, sobre todo horizontales, y uso del trasfoco. Desde el autobús, se graba la ciudad a modo de travelling.

El videoclip se compone de muchos planos de corta duración, siempre por debajo de los dos segundos. La iluminación es natural, resaltando los rayos del sol y el atardecer. Se utiliza un apoyo de luz artificial al anochecer.

- **Banda audio**

El sonido al principio es sonido ambiente tomado del directo. Luego se ha incluido la música como sonido over en postproducción. Comienza con el sample original en vinilo y después se añade la base creada. Se compone de cuerda eléctrica, acordes de teclado y bombo, caja y charles, principalmente. En la voz, Quilate se encarga de las estrofas y Little Pepe de los estribillos, doblándose a sí mismo en los coros.

- **Letra de la canción**

Málaga-Granada. El sur está aquí, chicos. Dulce, ¿no? Quilate and Little P.

[Estribillo]
Después de todo sigo en pie,
mírame, mírame luchando.
Media vida en el camino se fue
seguiré, seguiré andando.
Y hoy estoy donde un día soñé,
viviré y moriré cantando.
Para los que nunca perdieron la fe
ya llegué ¡Yeeeh!!

A estas alturas me gusta pisar el suelo,
imaginar mis pájaros alzando el vuelo.
Veo el abuelo en un banco pensando:
yo hice esas cosas que la gente está hablando.
Crucé puentes, salté vallas prohibidas,
gané batallas que estaban ya perdidas,
entré en mentes que eran desconocidas
y cantaron letras que guardaba escondidas.
Tuve encuentros, tuve despedidas,
tuve momentos que valen toda una vida.
No quiero lamentos porque no tiene salida,
ganar y perder van dentro de la partida.
He abierto puertas sin tocar el timbre,
me he sentío el rey en una silla de mimbre,
hice lo que quise cuando fue posible,
he vivio lo mío, tío, y ha sido increíble.

[Estribillo]
Después de todo sigo en pie,

mírame, mírame luchando.
Media vida en el camino se fue
seguiré, seguiré andando.
Y hoy estoy donde un día soñé,
viviré y moriré cantando.
Para los que nunca perdieron la fe
ya llegué ¡Yeeeh!!

Estaba con los grandes desde que era un enano,
aprendí que cualquier hombre es un ser un humano.
Vi cómo se expande el plan desde el plano
y vi cómo se alejan muchos de esos cercanos.
Probé el amor cuando no se conoce,
probé el odio y surge sin un roce,
algunas musas me dieron más de un goce
y tuve mujeres que se fueron pa las doce.
Hablé con dios y hablé con el diablo,
hablé con actos y usando vocablos.
He sentido el tacto, ese poder tocarlo,
el sueño de un niño y pude realizarlo.
Dirigí mi obra, la que hoy se recuerda,
tuve de sobra andando por la cuerda.
¿Qué puedo decir? Yo sigo por aquí,
si preguntan… que no se preocupen por mí.

[Estribillo]
Después de todo sigo en pie,
mírame, mírame luchando.
Media vida en el camino se fue
seguiré, seguiré andando.
Y hoy estoy donde un día soñé,
viviré y moriré cantando.

Para los que nunca perdieron la fe
ya llegué ¡Yeeeh!!

- **Edición**

La edición es lineal, se ha montado al corte. El comienzo es lento, usando planos de larga duración a cámara lenta. Después se crea ritmo combinando planos de corta duración con mucho movimiento de cámara. En todo momento el vídeo se ajusta al tempo del tema musical. Por todo, la unión entre música e imagen se da por sincronía estética.

A parte de la cámara lenta, sólo hay un efecto añadido en la edición que simula la expansión al tocar Quilate el timbre. En cuanto a la iluminación, se recrea en algunos momentos el arcoíris.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Este videoclip mixto mantiene la misma estructura de la canción:

-Introducción: Presentación de la ciudad y de los protagonistas. Llega Little Pepe a Granada y se encuentra con Quilate. Pasean por las calles del centro y deciden subir al autobús con un grupo de amigos. A partir de este momento, a lo largo del videoclip se mantiene el paseo en bus.

-Estribillos: Little Pepe canta mirando a cámara en las diferentes localizaciones.

-Estrofas: Quilate canta junto al MC malagueño desde las distintas localizaciones, a la vez que vemos otras imágenes de los demás personajes divirtiéndose o de la ciudad.

-Parte instrumental: Diferentes personas de la calle saludan a los artistas en el bus. Al final, aparecen uno por uno algunos de los personajes secundarios. Quilate parece apagar la cámara, señalando la pantalla

- **Puesta en escena**

Aparecen tres espacios principales donde los personajes actúan. El más importante, por número de planos, es la primera planta del autobús turístico, donde aparecen los protagonistas con sus amigos, cantando y bailando. Por otro lado, hay una fiesta en la azotea de un bloque, desde donde se ve la ciudad de Granada. Allí Quilate canta solo, sentado en unas escaleras, mientras los demás personajes, Little Pepe y los secundarios, están reunidos, charlando y divirtiéndose. Las calles de la ciudad son mostradas de dos modos distintos: con los protagonistas paseando por algunas de ellas y otras se muestran desde el autobús, grabando también a otras personas paseando.

El videoclip muestra un principal programa narrativo: Quilate muestra Granada a Little Pepe y otros amigos extranjeros.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

Los espacios utilizados para rodar son todos exteriores de la ciudad de Granada, espacios reales que reflejan la ciudad en el año 2012. El principal escenario es un autobús turístico que pasea por toda la ciudad. Vemos también la plaza de la Fuente de las Batallas, y los protagonistas pasean por esta calle y otras típicas del centro, como son las calles de las teterías del barrio del Albaicín. De forma paralela, se ha grabado en una azotea la reunión de amigos, tomando panorámicas de la ciudad.

En cuanto a la vestimenta, prima el estilo Hip hop con ropas anchas y gorras entre los personajes masculinos. Las chicas aparecen con ropa algo más formal, utilizando camisa y falda en algunos casos. El maquillaje es muy natural, marcando con negro los ojos de las mujeres.

En la iluminación, resalta el sol de Andalucía grabando a contraluz, produciendo los rayos del sol en cámara. Se juega con la luz natural e intensa durante el día. Hay planos en los que vemos atardecer con el sol escondiéndose en la ciudad de Granada. En la azotea, ya más cerca de la noche, se utiliza un foco

de luz cálida como refuerzo iluminando a Quilate. Los últimos primeros planos desde allí, muestran las luces de la ciudad ya encendidas.

- **Símbolos**

-Radiocasete antiguo: Es un elemento relacionado con otra época anterior. Hace alusión a los comienzos del Hip hop, cuando se escuchaba en cintas de cassete y cualquier fiesta se montaba entorno a su música. Resalta en la azotea, pero aparece durante todo el viaje en autobús. La música acompaña a los artistas.

-Lanzamiento de beso: Una chica lanza un beso a cámara. Es un mensaje positivo de amor hacia Quilate, siguiendo la letra.

-Peseta: Otra chica, sin embargo, hace la peseta a cámara y se da la vuelta. Es un mensaje negativo, una manera de mostrar un sentimiento de odio y desprecio hacia el protagonista.

-Bandera de Jamaica: Aparece uno de los personajes secundarios moviendo esta bandera. Es la bandera de Jamaica con el León de Judá que representa al movimiento Rastafari. Por todo, este elemento simboliza esta cultura espiritual y todo lo que ello implica. Quizá puede ser que quien la porta sea procedente de Jamaica.

-Corazón con las manos: Es un símbolo internacionalmente conocido que refleja amor.

-Saludos: Los múltiples saludos entre las personas que forma parte de este videoclip muestran un ambiente de cordialidad entre ellas.

V-RESUMEN VALORATIVO

Con este videoclip, Quilate nos invita a un paseo por la ciudad de Granada. Así hace con Little Pepe y otros amigos que no son de la ciudad. Los monta en un autobús turístico y, acompañados de música, se divierten por el camino. Este viaje es una metáfora, un repaso a la vida del artista granadino.

Quilate ha vivido desde joven muy de cerca el Hip hop, ha visto a grandes y se ha esforzado haciendo todo lo que ha podido con su trabajo. Está orgulloso porque en el camino se ha sentido bien y lo ha disfrutado. Con su posición desde las alturas, ya sea en el bus o en la azotea, indica su proximidad al cielo. Ha llegado a un alto nivel en su ciudad, "estoy donde soñé".

Ha tenido amores, desamores, ha ganado y ha perdido, pero está en su ciudad haciendo lo que le gusta y rodeado de amigos. Es un artista reconocido en Granada y todo el mundo lo saluda. Por las calles va publicando su intención con el estribillo: seguir con la música. El autobús en continuo movimiento refuerza la continuidad en su actividad con ese "Seguiré". El paseo por la ciudad, ya sea en bus o a pie, apoya esta idea.

Realmente, el bus turístico se centra más en la actuación y en la letra del tema que en mostrar la ciudad. Son pocas las imágenes con las que reconocer Granada. Pese a todo, Quilate manda un claro mensaje de invitación a la ciudad a personas de cualquier parte del mundo. En Granada el sol brilla, la gente es agradable y todo lleva a un ambiente de cordialidad y diversión.

6.15. *Málaga city*, Gordo Máster

I-IDENTIFICACIÓN

Málaga City es uno de los temas más escuchados del Gordo que aparece por primera vez en el álbum Mi puerta, publicado en 2006. Pero el videoclip del tema no vería la luz hasta finales del año 2012.

Está producido por Noeke Films junto a Soul Clap Media, una productora que trabaja para muchos de los MCs malagueños. El vídeo está en formato 16:9, y dura 5 minutos y cuarenta y siete segundos.

Según el propio cantante, este vídeo ha sido realizado a petición del público. Por ello se dirige a él y está en parte formado por él. El contexto social en que se mueve es la clase media-baja de Málaga de la actualidad. Es un videoclip descriptivo en el que el cantante presenta su ciudad, de la que se siente orgulloso.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Un juego de líneas paralelas van mostrando en pantalla una multitud de gente ante el Palacio de los deportes José María Martín Carpena, estamos en la ciudad de Málaga. Alguien sujeta una camiseta negra en la que pone "Gordo Máster". Nos adentramos en un callejón estrecho mientras las líneas se suceden. En pantalla partida en tres, verticalmente, aparece la playa de San Andrés y un viejo edificio. Aparece Gordo Máster mirando a cámara, marcando el ritmo mientras un grupo de gente lo sigue tras él, con las manos en el aire. El Gordo pase por el centro de la ciudad. Se le ve en una pista de baloncesto, es el Parque del Oeste, y de nuevo se parte la pantalla mostrando la catedral de Málaga y el edificio del ayuntamiento.

Empieza la letra, y el Gordo canta mirando a cámara, con la gente detrás, junto al Carpena. Hace el gesto de la "M" con la mano. Alguien sirve una cerveza de un grifo. En la puerta de la catedral, canta el Gordo. Unas conchas finas ocupan la mitad de la pantalla, y le sucede la imagen de unas chabolas con los colchones en el suelo. Entre un callejón, el MC se pasea cantando.

Comienza la estrofa y el Gordo canta desde la Plaza de la Merced, la catedral, callejones del centro o con la gente junto al Carpena. De nuevo, la pantalla partida mezcla playa y un chico con una máscara antigás puesta.

Vemos las calles del centro, donde el Gordo se pasea y un mendigo toca la flauta. Continúa la letra, y desde esos lugares el MC canta mirando a cámara. Alguien toca una guitarra española. Un coche de lujo llena media pantalla. Más tarde, la imagen de las chabolas cubre la pantalla entera.

Continúa la canción, y de pronto vemos un restaurante de patatas asadas. Descubrimos el rostro de varios hombres en una reunión de amigos. Vemos también el cine Albéniz, sito en el centro de Málaga. El Gordo muestra a cámara la camiseta del inicio. Continúa cantando y bebe cerveza.

Comienza el estribillo con el MC haciendo el gesto de la "M". Aparece la catedral de Málaga, esta vez la torre que está construida en su totalidad. El Gordo sigue cantando delante del grupo de gente, quienes

también siguen la letra del tema.

Pasea por el Parque de Málaga, y después por el barrio de la paz. Del centro, aparece de nuevo la catedral, un caballo y el antiguo cartel del cine Victoria del centro de la ciudad. El MC canta entre bloques de un barrio, se ve la Plaza Uncibay, y sigue cantando, esta vez entre casas de un barrio más pobre.

El Gordo hace referencia al Sol, señalándolo. Vemos otros elementos del centro de Málaga, como el hotel Málaga Palacio o un artista callejero vestido de plata. Continúa la canción y él sigue cantando desde diferentes emplazamientos de la ciudad que ya se han visto.

Cerca del minuto cuatro, aparece el restaurante Tintero, unos espetos se están haciendo en la candela. Un grupo de amigos juegan al parchís en la calle. Entre las calles vemos un dibujo de la cara de Picasso. En el centro destaca un autobús turístico. Alguien paga por un vasito de vino dulce, hay unos mejillones también. En una repisa, se venden botellas de vino. En el centro, resalta el hombre que vende almendras por la calle.

En el estribillo, el Gordo vuelve a cantar rodeado de gente. Canta tanto con el grupo del Carpena como con un grupo de chiquillos del barrio pobre. Cuando acaba, el MC hace el gesto de la "M" y aparecen varios artistas del Hip hop en Málaga. Después se suceden imágenes del centro de Málaga: el teatro romano, el Pimpi, el museo Picasso, la playa, la Farola, el Cenachero… Entre sitios dedicados a la gastronomía, destaca también la cafetería Lepanto, el Tintero o Casa Mira. El cantante sigue paseando por las calles de Málaga.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Desde el principio, el vídeo nos sitúa en la ciudad de Málaga. Está rodado en exteriores casi en su totalidad, por lo que se utiliza la luz natural. Del mismo modo, el MC y las personas que aparecen tienen un maquillaje natural y un vestuario común, muchos de ellos influenciados por las tendencias del Hip hop, ropas anchas y gorras de visera plana.

El protagonista y personaje principal es el Gordo Máster, que canta en todo momento mirando a cámara, dirigiéndose claramente al público. Las demás personas que aparecen en grupos son figuración, y en algunos momentos vemos artistas del Hip hop en Málaga, que podríamos considerar personajes secundarios.

Abundan los planos medios y cortos del artista cantando a cámara, muchos de ellos son ligeramente picados. Se toman cámara al hombro o desde una grúa, permitiendo movimientos para acercarse o alejarse de la acción. Así vemos al Gordo cantando delante de un grupo de gente cerca del palacio de deportes. Junto a la catedral y a la Plaza de la Merced, se ha recurrido a la cámara fija en una posición contrapicada, con un objetivo ojo de pez que deforma la imagen por los márgenes. Se utiliza el paneo, tanto vertical como horizontal.

Los tamaños de los planos varían entre planos generales de diferentes sitios de la ciudad y planos muy cortos del rostro de algunas personas. Algunos de los elementos que se quieren resaltar aparecen en planos muy cerrados, planos detalle de la cerveza, la comida propia o el coche de lujo. Los planos tienen poca duración, cinco segundos como máximo. Se utiliza en ocasiones la cámara lenta.

Los elementos culturales que aparecen en este vídeo son muchos, todos de ellos elementos que podemos ver por las calles de la ciudad y que son conocidos y reconocidos tanto por malagueños como por extranjeros. Desde edificios hasta platos de nuestra gastronomía, el Gordo muestra qué es Málaga para él con imágenes.

- **Banda audio**

Sorprende ver que la imagen entra antes que la música. La base se fundamenta en una melodía unida a samples, a la que luego se le suma bombo, caja y charles.

- **Letra de la canción**

Hoy voy a hablar de la M, el templo del sol
Babe, cerveza y calor, lujos
pobreza en cualquier callejón.
Guiris y mangantes home





Welcome to chocolate city

¿dónde voy a estar mejor que aquí?

Ya era hora en un cd que hubiera un track pa ti

Pienso acabar mis días en la tierra que me vio vivir

Nacer aquí, morir aquí, con eso soy feliz.

Málaga es magia, es juego, es fuego, es mafia,

arriesga tu libertad por fardos en la playa

Unos pillan, otros fallan, pasta a alto precio pagan,

la cagan y tragan, talego a las malas,

los miaus vuelan, trapi en la ciudad de los pintas,

los kinkis no avisan te kinkan pa ver lo que trincan

Yonkis que te buscan las vueltas pa tangarte,

buscavidas con guitarras pensando en sangrarte.

¡Bancos! ¡porros! ¡palmeras! ¡coches elegantes!

Mi barrio ya no es lo que era antes,

chivatos por toas partes, las cosas cambian,

bloques de billetes donde antes había cabañas,

humo a la carta, noches de juerga,

gente abierta, rap en la guantera.

¿Tu fumas mierda? Esto es el paradise,

goma de Oklahoma en cada esquina encontráis.

Hay más yurtos que money in my life,

préndelo compi y vuela.

Cuando estás en la fiesta con el vacilón,

no pasa el tiempo give me alcohol.

Una copa más escuchándome en el club,

Blingblin-unit put yours hands up.

No te cambio por na temperatura first class,

fumando en una hamaca con la brisa del mar

en la costa hay mucha lana, días de flama,

Tangas, whisky, no piña colada.

¡Esto parece Los Ángeles!

¡Aquí la marihuana crece como árboles!

¡Fúmale! ¿Dime cómo no has venio antes?

El loco con talante, mi peso en diamantes, ¡yo brindo!

[Estribillo] (x2)

¡Málaga! Eres algo grande pa mí

Una segunda madre eres pa mí

¡La M arriba!

Quiero que tos los cabrones se levanten y digan…

¡Málaga! Tú me has enseñao muchas cosas in my life,

la calle te dice open your eyes,

tu tiempo me ha dao fuerza y coraje,

siempre estás presente en este viaje.

Empecé ensayando en un garaje,

ahora la libreta es parte de mi equipaje.

Tus paisajes me inspiran en mi andanza,

me dan confianza, el gordo viene pa lavar tu imagen.

No es Marbella y los casposos, las fiestas de famosos,

el tráfico de coca o de costo.

Es el sol dando en tu rostro, calitas de gozo

y gente guapa por tos laos, monstruo.

Apunta en la lista, aquí las furgonas

vienen, pitan, te venden pan, ninguna pipa.

No es tanto como hablan, mierda hay en toa España,

somos muchos más descaraos y eso te engaña, jajaja...

Haces que me ría.

¿Crees que vas a llegar y te van a dejar en pelotas sin salia?

¿Por qué pías si no sabes na de este día a día?

Si entras en un barrio chungo es normal que pierdas la vía.

Terrazas en plaza, pescaitos fritos en chiringuitos,

ambiente de casa, el mar en un plato exquisito.





Hay muchas buenas entre ellas mi flow,
hay mucho arte por cada rincón,
mi cultura es aire mágico, histórico,
Poetas y pintores bajo un mismo cielo.
No voy a dejar que te tiren al suelo,
un malagueño soñador del Huelintown, por ti muero.
Sincero, de aquí a seis años más barrios nuevos,
Málaga se agranda y la costa es guirilandia güero.
Y quiero, que no hablen mal de ti y luego
vengan a veranear aquí en plan pitis mikis (oh! shit!)
Señorial, si vas a venir igual aprende a valorar,
no quiero puercos en mi ciudad, ¡Bitch!

[Estribillo] (x2)
¡Málaga! Eres algo grande pa mí
Una segunda madre eres pa mí
¡La M arriba!
Quiero que tos los cabrones se levanten y digan…

- **Edición**

Se ha utilizado la edición lineal, al corte. La sucesión de imágenes crea ritmo, acompañada de una serie de líneas verticales y horizontales que cruzan la pantalla a modo de máscara de transición, ocultando o mostrando la imagen del vídeo. En ocasiones, esto se utiliza para recrear una especie de pantalla partida, vertical u horizontal, fija y en movimiento. Otro efecto utilizado es el fundido a negro.

La cámara lenta y los movimientos lentos de cámara se conjuntan para recrear el tempo de la canción. La unión entre música e imagen se da por una sincronía estética, premeditada, haciendo que el vídeo se acomode a la música.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Este videoclip descriptivo no tiene una estructura definida, como otros, en relación con la música. Simplemente se ha rodado en distintos espacios y se entremezclan las imágenes de tres grandes bloques que sí podemos diferenciar:

-Gordo Máster cantando sólo a cámara.

-Gordo Máster acompañado por más gente cantando a cámara.

-Planos recursos de la ciudad de Málaga.

- **Puesta en escena**

La intención principal de este videoclip es mostrar la ciudad de Málaga. Por ello, los espacios en que se han rodado son en su mayoría exteriores de la ciudad, tomando especial interés aquellos planos en los que aparece de un modo u otro elementos arquitectónicos y físicos que representan la ciudad y hacen que el público la reconozca.

El personaje principal es el MC, Gordo Máster, que se dirige al público cantando a cámara. En ocasiones lo vemos pasear por su ciudad o tomar cerveza tranquilamente, como hace en su día a día. Otras veces, tras él aparece una multitud de jóvenes, incluso niños, que cantan su canción y se mueven a su ritmo. Son figurantes cuyo papel consiste en apoyar al personaje principal y reflejar a los aficionados y fans del Gordo. Son personas de clase media-baja con los que el público se puede reconocer. Aparte, hay varios planos cortos de otros artistas malagueños, amigos del Gordo. Serían personajes secundarios, porque tienen mayor importancia en el plano. Forman parte de la ciudad, en tanto que son artistas malagueños que también representan a Málaga.

A lo largo de este videoclip, Gordo Máster describe la ciudad de Málaga con orgullo.





IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En cuanto al espacio, como venimos indicando se ha rodado todo en Málaga, en muchos casos en exteriores. El código espacial cobra especial relevancia en este vídeo. Es la base para su desarrollo, se muestra Málaga desde Málaga. Resalta el hecho de que no sólo muestra imágenes de la Málaga turística, sino que también aparecen barrios de clase media e incluso baja, llegando a mostrar unas chabolas.

La vestimenta tanto del protagonista como de las demás personas que aparecen en el vídeo es una vestimenta actual, común, inspirada en la cultura Hip hop. Vemos así ropas anchas, gorras de visera plana y zapatillas deportivas en muchos de los presentes en la imagen. Destaca la camiseta que el Gordo presenta a la imagen. Es una camiseta negra con su propia firma, que no es otra que la imitación de la letra "M" con la mano, símbolo que se va a repetir a lo largo del vídeo.

La iluminación es natural en todo momento, reflejada en planos a contraluz. En ocasiones se crea un destello del sol en cámara, resaltando la luz propia de la ciudad.

- **Símbolos**

Como estamos ante un videoclip descriptivo, hay una serie de elementos que tienen especial significado:

-Camiseta Gordo Máster: Una camiseta negra y ancha lleva impreso un símbolo que representa a Gordo Máster, la "M" de Málaga hecha con un gesto de la mano. El videoclip comienza con esto, así el Gordo presenta su logotipo al público.

-"M": La "M" que reproduce el Gordo hace referencia a Málaga. En ella resume su sentimiento de pertenencia a la ciudad con la que se identifica, y a la que representa. Esa "M" acompaña a la palabra "Málaga" cada vez que se dice en la letra, pero además es ya un símbolo propio de Gordo Máster, llegando a formar su logotipo.

-Bebida y comida: Aparecen varios símbolos propios del arte culinario de Málaga, donde destaca

como bebida la cerveza, rubia y refrescante. Aparece también vino dulce, representante de Málaga por excelencia, y botellas de Cartojal que nos recuerdan inconscientemente a la feria de agosto. Como comida, hay planos detalle de conchas finas y espetos, tanto ensartados en caña como servidos en un plato.

-Guitarra flamenca: La guitarra flamenca aparece de la mano de un cantante callejero, imagen típica que puede verse por la ciudad. La guitarra como símbolo representa todo el arte flamenco, por una parte, y aquí en concreto, a todos los artistas callejeros que piden dinero a cambio de unos temas.

-Coche Roll Royce: Representando el lujo, aparece un coche de la marca Roll Royce. Es símbolo de un alto poder adquisitivo, que acentúa las diferencias clases sociales de la ciudad.

-Coche de caballos: Vemos un primer plano del rostro de un caballo y por sus arreos sabemos que se trata de un coche de caballos, una imagen también típica del centro de Málaga. Puedes visitar la ciudad montado en uno de estos coches.

-Hombre que vende almendras: En el centro de Málaga es muy normal encontrar diferentes puestos de almendras. La figura del hombre que vende almendras es algo típico de Málaga, conocido por todos los malagueños.

Cada imagen de este videoclip descriptivo podría ser considerada un símbolo en sí mismo, cobrando especial importancia todos los monumentos y edificios que forman parte del código espacial ya descrito.

V-RESUMEN VALORATIVO

Aún en silencio, aparece en pantalla la camiseta de Gordo Máster, presentando su logo. Ya el protagonista nos introduce en lo que va a ser el videoclip: un canto a Málaga. Con la música, comienza a presentarnos sus calles, sus rincones, la playa. Pero entre las imágenes del centro de Málaga y sus edificios más famosos se entremezclan imágenes del barrio de la Paz o la zona del Palacio de Deportes José María Martín Carpena, donde además una multitud de jóvenes acompaña al Gordo. Con esto, en el videoclip

se ha querido presentar a una Málaga no sólo de los turistas, sino una Málaga propia de los malagueños, de la gente de barrio que verdaderamente se ha criado en la ciudad.

Empieza a describir Málaga, va a hablar de su riqueza y su pobreza, como indica la letra. Así, aparecerá marisco y un coche de lujo para representar la riqueza, mientras la pobreza la vemos entre chabolas, en un barrio pobre donde las calles están sin asfaltar, las casas viejas, los niños se crían en la calle y los mayores juegan al parchís. En esta ocasión, vemos un grupo de niños de clase social baja cantando la letra del tema. Con esto, el Gordo muestra que su música la escucha la clase media-baja, de la que forma parte.

Entre los edificios de Málaga destaca la catedral, la plaza de la Merced, los cines Albéniz y Victoria, y el palacio de deportes. Vemos también las típicas callejuelas estrechas del centro de Málagar, una panorámica del puerto y plazas emblemáticas, como la fuente en la plaza de la Marina o la plaza Uncibay.

Con su letra, pretende hacer justicia y hablar de la Málaga real, como indica con “El Gordo viene pa lavar tu imagen”. Frente a la idea de la Costa del Sol, de famosos y tráfico de droga, el Gordo resalta el clima, la buena gente de esta tierra y sus artistas. Los problemas de droga o delincuencia son los mismos que puede haber en cualquier otra ciudad de España. No soporta a aquellos que van a Málaga a veranear y después la critican, con este tema el Gordo invita a todos a valorar la ciudad.

Es reseñable la mezcla de vocablos ingleses y castellanos, como suceden en muchos temas de rap. Pero resaltan además palabras propias del andaluz y del malagueño, como “guiris”, “kinki” o “vacilón”.

El Gordo encontraba necesario hacer una canción sobre Málaga, en la letra resalta el hacer un “track pa ti”. Al decir “¡Yo brindo!” brinda por la ciudad. Con esto comprendemos que la canción habla de Málaga y además está dirigida a ella. En el estribillo cobra forma este hecho, abunda el gesto de la “M” y la letra se dirige directamente a la ciudad. Gordo Máster considera a Málaga como una segunda madre por todo lo que ha vivido allí y todo lo que la ciudad le ha enseñado, y considera que los malagueños, “cabrones”, deberían ensalzarla y estar orgullosos de ella para que todo el mundo conozca a Málaga de verdad.

6.16. *Suena fine*, Zarman y Elphomega

I-IDENTIFICACIÓN

Suena fine es un tema del madrileño Zarman, miembro de VKR, junto al malagueño Elphomega, y está producido por Roberto Vendetta. Este videoclip fue un adelanto que llegó en agosto del 2013 para la presentación del disco One, segundo disco en solitario de Zarman. Este disco fue financiado mediante crowdfunding y se publicó meses después, en abril de 2014, con un total de 15 temas.

El vídeo tiene una duración de tres minutos y veintiocho segundos, y es un videoclip mixto. En resumen, la ciudad de Málaga acoge a Zarman en este tema junto a Elphomega.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Al principio, se ven las rocas que parecen formar un pequeño espigón en el mar. Las olas rompen en la orilla, y un conjunto de barquitas de matrícula Málaga nos sitúan en la ciudad. Las gaviotas están sobre una farola, unas servilletas están tendidas al sol. Dentro del mar hay un barquito limpiando el fondo.

Comienza la base y descubrimos una casita blanca y una palmera. Entre las calles, pasea Zarman subido en bicicleta. Elphomega aparece junto a una moto. Entre las palmeras, podemos enfocar a lo lejos, en el mar un barco. Estamos en los Baños del Carmen, en Málaga. Zarman llega a los baños en su bicicleta. Junto al espigón, canta mirando hacia el mar. En una mesa sirven el desayuno.

Zarman canta ahora mirando a cámara desde el árbol situado a las espaldas del Museo Picasso. En la mesa del desayuno descubrimos a una serie de amigos junto a los protagonistas del vídeo. Son otros artistas del Hip hop. En otra mesa, esta vez con unas cervecitas, están esos mismos amigos sentados en los Baños del Carmen. Miran al mar y ven un barco al fondo y varios niños pescando en las rocas.





El MC canta desde su bicicleta o sentado en la plaza, como hemos visto anteriormente. Desde los baños, observa toda la costa de Málaga. Aparece Elphomega junto al MC en la playa, con la ciudad de fondo. Los amigos brindan con cerveza bajo el sol que entra por el cañizo. Ambos artistas pasean por el parque de Málaga y las callejuelas del centro. En el estribillo, participa Elphomega, que canta junto a la moto naranja del principio o desde una puerta azul. Se suceden rápidamente imágenes del mar, las gaviotas, las palmeras y las casas pequeñas y blancas. Un espeto se hace en la candela. El espetero está preparando el pescado en la playa.

Empieza la letra de Elphomega y canta sin mirar directamente a cámara. Las imágenes acompañan a la letra: las olas del mar, las casas típicas de los pueblos blancos andaluces. Después aparecen platos típicos de Andalucía, pescaito y ensalada de pimientos. El espetero continúa en la candela. Los artistas están comiendo en un chiringuito.

Sentados en otra mesa de un bar diferente, canta Elphomega a cámara. Una fuente echa agua en el centro de un patio típico andaluz. Desde un banco, sentado en el Parque de Málaga o desde los Baños del Carmen, canta Elhpomega junto a Zarman. En el patio andaluz, los amigos se sirven vermut y brindan. En la mesa, vemos una tapa de queso y patatas fritas. Se ríen y están de bromas. Se suceden las imágenes del mar dando en las rocas.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

El vídeo comienza con una serie de planos detalle de muy corta duración, inferiores a un segundo, que se van a repetir a lo largo del vídeo, tanto picados como contrapicados: las rocas, el mar, las barquitas, las gaviotas, las servilletas tendidas, las palmeras, las casitas... De este modo veremos también algunos platos típicos de Andalucía, de forma picada. Esos planos hacen referencia a muchos elementos culturales y conforman la situación espacial, todo nos sitúa en la Málaga actual. Las localizaciones son exteriores iluminados con luz natural, una luz que se pretende resaltar como un elemento más propio del lugar a través de brillos y reflejos. Al final del vídeo, elementos de la naturaleza como la vegetación, las flores o el agua de la fuente y del mar se presentan con este tipo de planos. No podemos olvidar el detalle del vermut, vino típico de Madrid.

Los planos generales se reservan para mostrar el mar y los barcos que hay en él, así como la costa de la ciudad. En un momento, se presentará también la panorámica de un pueblo blanco típico andaluz.

El primer protagonista que aparece es Zarman. Lleva ropa ancha, gorra y mochila, y va subido en bicicleta. Es un vestuario casual y un maquillaje natural. Lo vemos en planos enteros y detalles por las calles de Pedregalejo y ya en plano general cuando llega a los Baños del Carmen. Cuando canta mirando hacia el mar, continúan los planos cortos. Cuando aparece sentado en la plaza, se muestra en plano medio y contrapicado, resaltando los rayos del sol que entran a través del árbol.

Hay planos medios de los dos artistas cantando a cámara y son frontales al estar de pie, contrapicados cuando están sentados en el banco. Ambos se pasean, y lo vemos en planos enteros y medios, picados y contrapicados. Elphomega al cantar sólo, sin embargo, aparece en todo momento en ángulo contrapicado, incluso alguno aberrante. Su forma de vestir también es propia del Hip hop, a veces con gorra, y portando sus características gafas.

La cámara se mueve con paneos verticales y horizontales. Se utiliza la cámara en mano en muchos momentos, siguiendo la acción. Cobran importancia las reuniones de los cuatro amigos entorno a distintas mesas. En esas ocasiones, se recurre a planos medios, medios largos y medios cortos, en su mayoría picados. Resalta un brindis de cerveza, tomado casi en contrapicado total.

El vídeo empieza y termina con negro, fundido con las rocas y el mar.

- **Banda audio**

La música se ha incluido en postproducción. La base instrumental ha sido producida por Roberto Vendetta. Utiliza samples de cuerda, acompañados por más cuerda y teclado. Comienza imitando el sonido propio de una radio antigua, filtro que se va a utilizar en más ocasiones a lo largo del tema. Entra la percusión a la vez que ya la instrumental se escucha sin el efecto.

- **Letra de la canción**

¡Yeah! No doubt. Gonza con Torrejón otra vez sale…

Quiero más de to lo que me gusta,
vivo tranquilo, nada me asusta.
Estamos chilling, hoy me siento bien,
estoy contento cuando dicen yeah.
Que salga el sol por un trocito de cielo
y una sonrisa al vuelo derretirá antes el hielo.
Nada mejor que mi tiempo,
dejar de pensar, llegar donde me lleve el viento
y hablar y hablar y hablar y hablar.
No sé si existe ese lugar, pero me dejo llevar.
Hay cosas que no pasan ni mirando a la marea,
sólo se pasan con un yeah.
Y unos dicen ¡oh! Y otros dicen ¡no!
¿pero qué hacemos?
A veces las cosas las merecemos.
Ellos serán…serán de esos que no echemos de menos.

[Estribillo]
Juntarnos en cualquier momento,
Zarman y Elphomega, el plan suena perfecto.
Suena bien, suena fine, suena nice, ¡eh, man!
Suena bien, suena fine, suena nice, ¡eh, man!
Quiero contaros cómo me siento,
me devuelve arriba tomarme este tiempo,
¡oh, oh, oh, oh!

Pilla sitio aquí, está todo en calma,
oye las olas del mar, se te van to los traumas.
Las jábegas y el blanco de las casas de cal
¿cómo va a estar mal? ¿Tú flipas?
Elige bien, bien, con quién quieres estar, es vital,
me entrego al cien, cien, doy el total.

Suena top,
queda prohibido pulsar el stop, mi hijo.
Tú te arrepientes, fijo, ¡que te arrepientes, fijo!
¿Qué tomas tú para estar so fly?
Yo quiero de eso si hay,
será la compañía for sure.
Atrapa un trozo de sol, salió ya,
guarda el momento, se pierde como hojas.
¿Todo está fine? Todo está fine.
Todo se ve como una pieza del dime.
No sé qué coño hacéis o a dónde vais,
¿cómo no os quedáis?
Dime qué tomáis, ¡eh, man!

[Estribillo]
Juntarnos en cualquier momento,
Zarman y Elphomega, el plan suena perfecto.
Suena bien, suena fine, suena nice, ¡eh, man!
Suena bien, suena fine, suena nice, ¡eh, man!
Quiero contaros cómo me siento,
me devuelve arriba tomarme este tiempo,
¡oh, oh, oh, oh!

¡Oh, ah! Todo bien, todo en calma.
Somos la brisa que refresca tu alma.
Yeah, ésta es mi gente, mi mundo.
-Madrid-Málaga conexión-

[Estribillo]
Juntarnos en cualquier momento,
Zarman y Elphomega, el plan suena perfecto.
Suena bien, suena fine, suena nice, ¡eh, man!





Suena bien, suena fine, suena nice, ¡eh, man!
Quiero contaros cómo me siento,
me devuelve arriba tomarme este tiempo,
¡oh, oh, oh, oh!

28 850, lady.

- **Edición**

Se utiliza la edición lineal por corte. Sólo encontramos fundido a negro inicial y final. Otro efecto utilizado en varias ocasiones es el recorte de fotogramas pertenecientes a una secuencia de paseo.

Hay muchas imágenes de corta duración, con lo que se recrea el ritmo de la canción. El tempo de las imágenes acompaña en todo momento a la música. La unión entre ellas es una sincronía estética. Aunque se haya recurrido a una serie de imágenes diferentes, todas ellas pretenden transmitir el mismo significado que el propio tema y han sido tomadas y editadas a conciencia para conseguir ese fin.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Estamos ante un videoclip mixto que tiene como estructura la propia estructura de la canción. Aun así, podemos diferenciar varios bloques que se entremezclan:

-Presentación: Tanto al principio del vídeo como en su desarrollo, vemos planos detalles de elementos culturales propios, son una serie de recursos que nos sitúan en la ciudad de Málaga. Se presenta la ciudad y a los dos protagonistas, por separado.

-Estrofas: En la estrofa de Zarman, canta mirando al mar desde su bicicleta y mirando a cámara, sentado bajo un árbol. En la estrofa de Elphomega, éste canta entre las casas de Pedregalejo. Los dos artistas

además cantan y se pasean juntos por Málaga.

-Reunión de amigos: La reunión de los cuatro amigos se da siempre en torno a una mesa, pero distinguimos tres mesas en tres localizaciones distintas. Aparecen en los Baños del Carmen bebiendo cerveza, en un chiringuito tomando pescaito y en el patio andaluz de una taberna bebiendo vermut.

-Final: El vídeo acaba con la reunión en la taberna, entre risas y bromas, y al final vemos, como al principio, las olas del mar romper con las rocas. Fundido a negro.

- **Puesta en escena**

La puesta en escena se lleva a cabo en diferentes localizaciones exteriores de Málaga. Aparecen, principalmente, los Baños del Carmen, el barrio de Pedregalejo, un chiringuito de la zona, el Parque de Málaga, el centro y una taberna.

Los personajes principales son los dos MCs, Zarman y Elphomega, que nos presentan la ciudad como lugar ejemplar para el descanso y el ocio. Como personajes secundarios aparecen otros dos artistas del rap, haciendo el papel de amigos en las distintas reuniones.

El videoclip es mixto, en él Zarman muestra cómo disfruta de su tiempo libre en Málaga.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

El código espacial tiene un gran peso dentro de este videoclip. Los espacios ante los que nos encontramos son todos espacios exteriores que forman parte de la ciudad de Málaga y su historia. Aparecen así la costa de Málaga y sus playas, los Baños del Carmen, la zona de Pedregalejo, un chiringuito, el centro de la ciudad y sus callejuelas, el Parque de Málaga y una taberna con patio andaluz. Cada uno de estos espacios están llenos de significados, y muestran la cultura andaluza y, en concreto, la malagueña.

Los personajes visten con ropas de estilo Hip hop, ropas anchas, zapatillas deportivas y gorras. La mochila del protagonista parece ser un elemento promocional o accesorio, pues no tiene relevancia ninguna dentro del vídeo. Son personas del presente con un estilo concreto.

Al tratarse de exteriores, se ha utilizado la iluminación natural. Se quiere resaltar el sol de Málaga con un juego de reflejos en el agua y rayos entre las hojas de los árboles y el cañizo.

- **Símbolos**

-El agua: El agua aparece en el mar, reflejando el sol y llegando con el ritmo de las olas a las rocas y a la orilla. Aparecerá también en la fuente al final del vídeo, proporcionando agua corriente. Ambas imágenes se relacionan justo al final, llevándonos del agua de la fuente al agua del mar. El agua es un elemento primordial, fuente de vida, y en Málaga la puedes encontrar por todos lados.

-Las jábegas, las casitas de Pedregalejo, los niños pescando: Las jábegas son embarcaciones de remo características de Málaga y su litoral que han servido durante miles de años a los pescadores para pescar con red en el mar. Las casitas blancas que forman pequeños pasillos y patios entre ellas son pertenecen al barrio de Pedregalejo. Ambos elementos son reflejos del patrimonio histórico de Málaga, una ciudad de pescadores que vivían junto al mar y se dedicaban a la pesca. Las gaviotas también forman parte de la vida junto al mar. En un momento vemos tres niños en las rocas con cañas de pescar. Esto muestra que la historia continúa, y quedan resquicios de lo que Málaga fue en un tiempo pasado.

-Ropa tendida al sol: Por un lado, la ropa tendida al sol resalta la potencia de éste para secar, y por otro lado nos sitúa en una localización propia de un barrio de clase media-baja.

-Palmeras y vegetación: En numerosos momentos hay planos contrapicados de diferentes tipos de árboles y palmeras. Representan la naturaleza dentro de la ciudad, y a través de ellos en muchas ocasiones pasan los rayos del sol de Andalucía.

-Reunión de amigos: La reunión de amigos en torno a una mesa en una terraza es una actividad social característica del sur de España, dado que el clima y la forma de relacionarse en Andalucía lo permiten. Es una de las mejores formas de ocio, como muestra el vídeo. Beben y comen productos típicos, como

la ensalada de pimientos o los boquerones fritos.

-Brindis: Un brindis con cerveza es una buena forma de celebrar simplemente que unos amigos están juntos viviendo el momento.

-Espeto y espetero: El espeto de sardinas es plato propio de la cocina malagueña. Se caracteriza por hacerse en una hoguera junto a la playa. Aquí vemos a un espetero, figura del especialista en hacer espetos. Representan lo más autóctono, imposible de ver en otra parte del mundo.

-Vermut: Aparece en la taberna un vino etiquetado como "Vermut". Es un vino típico de Europa, puede ser rosado o blanco. En Madrid tienen costumbre de beber vermut como aperitivo, así que aquí suponemos que se hace un intercambio cultural Madrid-Málaga.

-"M": En el estribillo, Elphomega grita la letra "M", que define tanto a Málaga como a Madrid.

-28 850: Al acabar el tema, Elphomega nombra este número. Se trata del código postal de Torrejón de Ardoz, con el que se identifican los raperos de la zona desde los comienzos del Hip hop en España.

V-RESUMEN VALORATIVO

Este tema es un intercambio cultural entre Madrid y Málaga. El madrileño Zarman canta desde Málaga y presenta la ciudad a todo su público. A su vez, se acerca a los malagueños con este tema junto a Elphomega.

Hay que tener en cuenta que este videoclip fue la presentación previa al segundo disco en solitario de Zarman. En su letra, el artista indica que quiere disfrutar de aquellas cosas que le gustan, relajarse y dejarse llevar. Con el estribillo descubrimos que hacer el tema junto a Elphomega lo considera un buen plan, ir a Málaga a relajarse, renovar la energía y volver fuerte: "me devuelve arriba tomarme este tiempo".



Por su parte, Elphomega le invita a su ciudad, un lugar lleno de características y elementos propios que lo hacen singular. Málaga se presenta como una ciudad de mar, histórica ciudad de pescadores. El mar resalta como elemento primordial, casi curativo: "oye las olas del mar, se te van to los traumas". Aquí hace buen tiempo, el sol brilla siempre y las terrazas de los bares están llenas de gente. Los amigos se reúnen desde el desayuno, para disfrutar simplemente de unas cervezas o de los exquisitos platos típicos de la cocina malagueña. El espetero tiene un arte inigualable a la hora de hacer el plato estrella de Málaga: el espeto de sardinas.

Los protagonistas cantan juntos por diferentes zonas de la ciudad, mostrando desde una pequeña callejuela del centro propia de la época árabe, hasta las vistas de la costa completa de la ciudad. El parque y varios tipos de vegetación, hacen de Málaga una ciudad cercana a la naturaleza. El agua y el sol son los dos elementos naturales principales que enriquecen la ciudad.

Elphomega se alegra de hacer dúo con Zarman y quiere aprender de él, de los madrileños y saber qué hacen para divertirse. En ese momento aparece el vermut en pantalla y los amigos brindan con él. La última reunión en la taberna recoge las dos culturas en un mismo lugar, un patio andaluz en el que madrileños y malagueños beben juntos vermut. Para terminar, el agua nos transporta de la fuente al mar, donde todo empezó.

6.17. *Bajo el mismo sol,* SFDK con Little Pepe

I-IDENTIFICACIÓN

Bajo el mismo sol es un tema de SFDK en el que colabora el artista malagueño Little Pepe. Está producido por Niggaswing. Forma parte del LP publicado en 2014 Sin miedo a vivir, último trabajo del grupo sevillano. El videoclip salió a principios del 2015.

Tiene una duración de tres minutos y cuarenta y dos segundos, y se presenta en formato panorámico de 21:9. Este vídeo se inserta en un contexto social actual, donde el espectador puede verse incluido.



Es un videoclip mixto que mezcla descripción y narración. Su sinopsis puede ser "Un malagueño y un sevillano se unen para hacer un rap libre, sin importar su procedencia".

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Unas panorámicas nos sitúan en la ciudad de Málaga: el puerto, los Baños del Carmen, la Malagueta, Gibralfaro… mientras las letras presentan la producción, los artistas y el título de la canción. Alguien pasea en bicicleta.

De pronto, vemos a Little Pepe en la Plaza España en Sevilla, que se quita las gafas para saludar al público, dirigiendo una mirada a cámara. Zatu comienza a cantar a cámara directamente mientras vemos al fondo la ciudad de Málaga. Sigue cantando delante de algunos de los elementos arquitectónicos más característicos de la ciudad, como la Plaza de la Merced y la catedral. Zatu canta acompañado de Little Pepe desde el mirador de Gibralfaro.

Descubrimos el atardecer en el espigón del puerto de Málaga, donde los cantantes junto a Niggaswing y Acción Sánchez están subidos en bicicletas. Junto a Pepe, Zatu continúa cantando. De pronto, aparece el perfil de Gordo Máster en pantalla a cámara lenta.

La figura negra de Zatu canta a contraluz mientras atardece en la ciudad. De nuevo se suceden diferentes planos en los que Zatu canta con vistas de Málaga detrás, a su puerto y a sus playas. Zatu aparece junto a la muralla de la Alcazaba de Málaga, y en uno de los muros podemos ver una pintada grafitera.

Los cuatro amigos están en bicicleta en el espigón, se pasean por él. Zatu recuerda el día en que fue a Málaga en bicicleta. Después indica que respeta lo malagueño: el espeto y la Malagueta, mientras en la imagen aparecen detalles de estos dos elementos.



Desde una azotea, Little Pepe y Zatu se asoman a la ciudad de Málaga. Zatu sigue cantando en Málaga,

donde está atardeciendo.

Empieza el estribillo, y los dos artistas están delante de un muro pintado con grafitis. Little Pepe canta a cámara. Un chico y una chica con gorras beben en la calle, al fondo hay un mantón. Una cámara aérea nos acerca al edificio de los Baños del Carmen, en Málaga, los artistas están en la terraza. A vista de pájaro, aparecen los cuatro amigos, primero en los Baños y luego en el espigón. Cuando Pepe canta "corazón", tanto él como Zatu simulan la forma de corazón con las manos. Se suceden vistas panorámicas aéreas que acompañan a la letra, mientras los artistas cantan. De nuevo, a la palabra "corazón", acompaña el gesto de Little Pepe, luego de los dos cantantes.

Comienza la estrofa de Little Pepe, y aparece él cantando en Sevilla. De fondo, descubrimos la Torre Cajasol, los Reales Alcázares, el puente de Triana y la Plaza España, ya mostrada al principio del vídeo. Las imágenes se suceden rápidamente. Little Pepe Está sentado junto a unos amigos en un parque. Hace un saludo militar a cámara mientras canta "Somos soldados que nunca han hecho la mili". De pronto, está sentado en un bar, tomando cañas con dos amigos.

Pepe sigue cantando y comienzan a mezclarse imágenes rodadas en Málaga y en Sevilla. Los cuatro amigos continúan con las bicicletas en el espigón de Málaga. Zatu hace la "L" con la mano, símbolo del artista Little Pepe. Después, vemos que Little Pepe canta con un grafiti de las letras "SFDK" a sus espaldas.

Little Pepe canta a cámara en diferentes zonas de Sevilla, ya señaladas. En un cartel del bar donde estaba sentado Pepe junto a unos amigos, se anuncia "Serranito güeno". En la estrofa que precede al estribillo, vemos el rostro de varios amigos bebiendo en un parque, y de nuevo de fondo se observa un mantón. Acaba la estrofa entre Pepe cantando en Sevilla y junto a sus amigos montando en bicicleta en Málaga. Mientras su mano simula ser una pistola, canta "no hace falta usar pistolas".

Comienza el estribillo con los cuatro en los Baños del Carmen, reflejados en el agua que forma un charco. Pepe menea la cabeza bailando. En la Plaza España señala al sol, canta al atardecer en Málaga. Continúa cantando en diferentes zonas de Sevilla. De nuevo, aparece junto a Zatu y ambos hacen el símbolo del corazón. Se mezclan las imágenes de Sevilla y Málaga.

Cuando la instrumental cesa, vemos los Baños del Carmen. Primero, una vista aérea de su edificio, después los cuatro artistas a pie de playa, tanto en la zona de césped como en el antiguo espigón. Zatu abraza a Little Pepe mientras hacen el símbolo del corazón.

Se reanuda la instrumental, y aparece un grupo de amigos reunidos, son raperos de ambas ciudades. Mientras pasean por Málaga en bicicleta, vemos imágenes de Sevilla tomadas de la calle y de su gente: Varias chicas vestidas de gitana sonríen a cámara, un barquito pasa por el puente de Triana, Little Pepe junto a otros sujetan carteles con expresiones andaluzas, un caballo pasea a su coche, una pareja navega por el Guadalquivir… El mar nos transporta de nuevo a Málaga y a los Baños del Carmen. El vídeo acaba con los dos artistas haciendo el corazón a cámara.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Desde el principio, se utilizan grandes planos generales para mostrar las dos ciudades en que transcurre la acción: Málaga y Sevilla. Son planos picados, aéreos en su mayoría, tomados mediante el uso de un drone equipado con cámara con gran angular. La cámara se va moviendo suavemente, acercándose y alejándose de la acción. Hace paneos verticales, llegando al picado total.

Se utilizan planos cortos de alguien montando en bici para crear expectación, hasta que descubrimos a los artistas. Zatu y Little Pepe son los protagonistas de este vídeo, como secundarios aparecen también acción Sánchez y Niggaswing. Encontraremos otros personajes que no tienen un papel concreto en el vídeo, pero que lo enriquecen.

Durante las estrofas de Zatu, aparecen diferentes tamaños de plano del MC cantando a cámara, desde planos medios hasta planos muy cerrados. Son planos de poca duración en los que aparece el artista sevillano en diferentes lugares emblemáticos de Málaga: El mirador de Gibralfaro, el puerto, su espigón, la catedral, la plaza de la Merced y la Alcazaba. La mayoría de estos tiros de cámara son frontales o picados, salvo en el caso de Zatu en la plaza de la Merced, que es contrapicado para obtener en la imagen al artista y el obelisco. Encontramos también un plano aberrante, plano medio de los dos MCs. También hay planos detalle de elementos que tengan un significado, como el caso de los espetos.

En diferentes ocasiones a lo largo del vídeo, vemos a los cuatro creadores del tema: Zatu, Acción Sánchez, Little Pepe y Niggaswing, sobre todo en los estribillos, donde la duración es aún menor. Aparecen en planos generales en los Baños del Carmen y en el espigón del puerto de Málaga con las bicicletas, algunos de estos planos son totalmente picados, tomados a vista de pájaro con el drone. Cuando pasean con las bicis, se utilizan planos contrapicados.

Durante la letra de Little Pepe, se rueda de forma similar a las estrofas anteriores. Aparece Pepe en varios lugares públicos y conocidos de Sevilla, como los Reales Alcázares, la Plaza España, el Guadalquivir, el puente de Triana y la torre Cajasol. Son planos de corta duración, de tamaño medio al corto del artista, con las vistas de la ciudad al fondo. Hay tanto planos picados como contrapicados.

En determinados momentos se introducen imágenes a cámara lenta de otros amigos, artistas andaluces del rap, pero aun así duran poco tiempo en pantalla. Suelen aparecer en planos medios cortos, en lo que podría ser una reunión de amigos. Al final de la canción, encontramos una serie de planos tomados a la gente de la calle de forma aleatoria.

Como movimientos de cámara, se usa el zoom, tanto in como out, y se realizan paneos verticales, como ya dijimos, y horizontales. Se ha uso del trasfoco, llevando el foco y la atención de un elemento del fondo que forma parte de la ciudad al artista, o al contrario. Son en cualquier caso movimientos rápidos.

El videoclip está rodado en su totalidad en exteriores de Sevilla y Málaga. Se aprovecha y a su vez se resalta el sol de Andalucía. Se rueda con luz natural día, a veces a contraluz, llevando el efecto de los rayos del sol a cámara. Se graba también al atardecer, tomando imágenes muy contrastadas en las que la figura negra del artista resalta sobre la ciudad, al fondo aún iluminada. De ahí que los protagonistas aparezcan en gran número de ocasiones ataviados con una gorra y gafas de sol.

- **Banda audio**

El sonido es el propio tema, la música como sonido over añadido en postproducción. La base instrumental se compone de vientos, teclado y cuerda. La percusión es rica, y el ritmo es propio del reggae. Las voces las ponen Zatu, de SFDK, y Little Pepe. En el último estribillo se utiliza reverb. El tema ha sido producido por Niggaswing.

- **Letra de la canción**

¡Yo! Viajo con el Pepe por el sur de la luna.
Sabes dónde estamos por el humo que resuma.
Flotando en el mar con la espuma
En ayunas sube a mi duna mi nena
Como tú ninguna.
Flor de cuna, de Hip hop, de Sevilla y Málaga,
Sacamos los pies por ende, abajo de la sábana
Somos gente grande, ande va, no te cabe na'
Nos gusta juntarnos pa'hacer música, esa es la verdad.
Hay separatistas que nos vetan,
No nos respetan, son majaretas
Seis horas y media en furgoneta.
Tú dame un ritmo y dos trompetas
Sergio Martín, pequeño Pepe,
tres notas compartiendo un peta.
El viejo árbol que luce nuevas fetas,
No ha llovío na desde que vine en bicicleta.
Yo no descanso, soy un atleta , voy a la costa,
Me llevo gafas, tubo y las aletas.
Vistiendo chanclas y pantalones de loneta.
¡Ahora ya nos multan por andar sin camiseta!
Respeto al espeto y a la malagueta,
no me olvido el bañador en la maleta.
Regando las macetas, las miro crecer,
admiro al que te dice ¿qué te puedo ofrecer?,
tú vente al Alamillo a ver el atardecer
ya que al sol no se le puede vencer.

[Estribillo: Little Pepe] (x2)
¡Mama yo quiero sentirme libre!
Unidos bajo el mismo sol,





Poniéndole a cada canción todo el corazón.

Estamos chilling, chilling, chilling
abre una pista y ponte el riddim, riddim, riddim
prende otro feeling,
to preparao vamo a darle fire killing,
somos soldaos que nunca han hecho la mili.
Lírica magnética de Sevilla hasta Málaga,
no importa la estética, nosotros música na más,
si querían la réplica po bueno se las vamo a da.
Nigga ponte el ritmo nirelio SFDK.
Amamo esto, Suena perfecto,
a ellos les falta texto, y fuelle pal directo.
Pedi a lo nuestro, que yo sé lo vuestro.
Llámanos los distintos del resto, ¿right?.
En nuestras vidas esto no es moda,
nos gusta más que el blow a Maradona,
el niño la Mercedes y el nieto de la Lola.
Pa matar no hace falta usar pistola.

[Estribillo: Little Pepe] (x4)
¡Mama yo quiero sentirme libre!
Unidos bajo el mismo sol,
Poniéndole a cada canción todo el corazón.

- **Edición**

Se utiliza la edición al corte, creando un ritmo rápido con la sucesión de planos en pantalla. La imagen sigue el tempo de la música. En la unión entre planos a veces se recurre al fundido a negro, y en una ocasión al blanco. Esto se da sobre todo en momentos en que aparecen otros personajes del rap en el vídeo. La unión entre la música y la imagen viene dada por una sincronía estética, está creada a conciencia.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Se trata de un videoclip mixto, y su estructura se basa en la estructura de la canción:

-Durante la introducción instrumental, las imágenes nos sitúan mediante grandes planos generales en las ciudades de Málaga y Sevilla.

-En las estrofas que canta Zatu, predomina la imagen de éste cantando a cámara desde Málaga.

-En el primer estribillo, vemos a los componentes de la canción juntos, así como a Zatu y Little Pepe cantando.

-En las estrofas que canta Little Pepe, aparece sobre todo él cantando a cámara desde Sevilla.

-En los estribillos, vuelven a aparecer los cuatro, mezclados con otras imágenes, tanto detalles como panorámicas.

-El final instrumental se enriquece entremezclando imágenes del vídeo y sus artistas con otras imágenes tomadas de la calle y sus gentes, para terminar con los dos cantantes haciendo el gesto del corazón a cámara.

- **Puesta en escena**

El videoclip se ha rodado en espacios reales, exteriores reconocidos de las ciudades de Sevilla y Málaga. Los personajes principales son los dos MCs que cantan el tema, Zatu y Little Pepe. Como personajes secundarios están Acción Sánchez y Niggaswimg, que han participado también en el tema. Los artistas cuentan además con la colaboración de una serie de artistas andaluces del rap, que aparecen en algunos planos. Aparte, hay personajes anónimos al final de la canción.



En este videoclip mixto encontramos varios programas narrativos: Zatu, MC sevillano, canta en Málaga. Little Pepe, MC malagueño, canta en Sevilla. Ambos cantan juntos, tanto en Málaga como en Sevilla.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En este videoclip adquiere gran importancia el código espacial. Se ha rodado desde lugares que hicieran posible observar tras los cantantes elementos arquitectónicos propios y característicos de las ciudades andaluzas, de manera que pudiesen reconocerse a simple vista. Por ello, se ha trabajado mucho en las localizaciones y en los planos, para que en todo momento el espectador sepa dónde estamos. Así, de Málaga aparece la playa de la Malagueta, la plaza de toros, el puerto, el Muelle Uno, el balneario de los Baños del Carmen, la catedral y el museo Picasso, la Alcazaba y Gibralfaro. De Sevilla, resalta la puerta de los Reales Alcázares, la Giralda, el río Guadalquivir, el puente del Alamillo, el puente de Triana, la Torre del Oro y la torre Cajasol.

En cuanto al vestuario, los personajes llevan las ropas típicas de raperos, pantalones y camisetas anchas, cada uno dentro de su estilo personal. Cabe destacar el uso de gorras de visera plana y gafas de sol, que ayuda a los protagonistas a aguantar el brillante sol de Andalucía.

La iluminación utilizada es siempre luz natural día. Juega un papel fundamental, ya que como el estribillo dice, los artistas están “unidos bajo el mismo sol”. Se rueda a contraluz en algunos momentos para captar los rayos del sol en cámara, llegando a usar un contraluz total para tomar la figura del MC en sombra y todo el fondo iluminado. Se rueda también al atardecer, cuando el sol está más bajo y la luz adquiere una predominante roja.

- **Símbolos**

-La bicicleta: La bicicleta es un elemento que se relaciona con el verano y el buen tiempo. Sirve como objeto de ocio y expansión, llevándote rodando allá a donde quieras. No son unas bicicletas cualesquiera,

éstas son unas bicicletas estilo chopper que podríamos considerar dentro del estilismo propio de la cultura Hip hop. Aquí la bicicleta adquiere un significado aún más profundo, dada la anécdota que relaciona a SFDK con este tipo de transporte. En sus primeros pasos en el rap andaluz, el grupo no tenía cómo ir de Sevilla a Málaga para promocionarse, y se atrevieron a hacer un tramo en bicicleta.

-El espeto: Hay un plano detalle del espeto, serie de boquerones ensartados en una caña que forma parte ya del recetario típico malagueño.

-Corazón: Cuando los MCs hacen el símbolo del corazón con las manos, están reforzando la letra del tema y haciendo hincapié en que hacen Hip hop de corazón.

-Grafiti: Tras los dos personajes principales, en algunos planos encontramos un muro con el grafiti de SFDK. Primero, al ser un grafiti ya tiene un significado de rebeldía y ruptura con las normas, y forma parte de la cultura Hip hop. Esas letras además forman el nombre del grupo de Zatu y significan "Siempre Fuertes De Konciencia".

-"Serranito güeno": En un momento dado, aparece una pizarra en un bar donde Little Pepe está junto a otros amigos. En ella pone escrito "Serranito güeno". El serranito es un bocadillo que lleva jamón serrano y pimientos, y es también un plato propio de Andalucía. Además, está escrito tal y como un andaluz lo pronunciaría. Al final del vídeo, vemos otros carteles también escritos en lo que podríamos considerar andaluz.

-"L": Mientras Little Pepe canta su estrofa, Zatu hace la "L" con su mano. Es un símbolo con el que Little Pepe se identifica.

Al final de la canción, durante la instrumental hay imágenes que siguen mostrando rasgos típicos de Andalucía, como un hombre pescando, las chicas vestidas de gitanas en plena calle y un coche de caballos.



V-RESUMEN VALORATIVO

Este videoclip mixto ha sido rodado con un objetivo muy claro: desmitificar la idea de que sevillanos y malagueños tienen que llevarse mal, sobre todo en el Hip hop. Desde los inicios del Hip hop, sevillanos y malagueños se han enfrentado sin razón aparente, quizá queriendo imitar el desencuentro entre las costas de Estados Unidos. Hay muchos "separatistas", como indica Zatu en su letra. Ahora se unen dos grandes del rap, el sevillano Zatu y el malagueño Little Pepe. Han hecho este tema juntos, y no contentos con ello han reforzado su idea en el videoclip.

Ya la base instrumental y el ritmo reggae nos transporta de alguna manera al sur. El mar Mediterráneo, el río Guadalquivir, el sol… Estamos en Andalucía. En la primera parte del vídeo, nos presentan las dos ciudades en que se va a desarrollar la acción, utilizando para ello planos generales y aéreos. Así resaltan las dos ciudades y las engrandecen. Han querido que el público las reconozca rápidamente, utilizando de fondo elementos culturales que las caracteriza, como ya dijimos en el apartado anterior.

Zatu empieza a cantar a cámara, la mira directamente. Cuando llega la parte de Little Pepe pasa exactamente igual. Ambos quieren establecer una relación clara y directa con el espectador, al que cuentan sus letras. El sevillano canta en Málaga y el malagueño en Sevilla, la cuestión es hacer visible que ninguno de los dos tienen problemas con la otra ciudad, les gustan y se pueden juntar, ser amigos e incluso hacer un tema juntos. Y lo hacen así de bien.

Entre los planos de los artistas encontramos imágenes de distintas reuniones de amigos, en las que encontramos otros artistas del Hip hop andaluz, como Gordo Máster. Son reuniones distendidas en las que beben cerveza y fuman, bien en un parque o en un bar, reuniones que se pueden observar con normalidad entre la sociedad andaluza. Del mismo modo, al final del vídeo aparecen imágenes tomadas de la calle que revocan a Andalucía, desde el traje de gitana hasta el habla.

Los cuatro creadores del tema aparecen paseando en bicicleta por Málaga. Esto hace referencia, por un lado, a la anécdota de Zatu y, por otro, invita a continuar ese paseo juntos y rodar haciendo música.

Los artistas comprenden, como dice el estribillo, que están "unidos bajo el mismo sol", el sol del sur, de Andalucía. Ese sol, como ya hemos comentado, aparece en forma de rayos, en el atardecer, en el uso

necesario de gorra y gafas de sol. Está presente en todo momento, es algo que supera a las personas, está por encima de ellas y las une. Como dice Little Pepe, no importa la estética que sigue cada artista, no se trata de una moda, lo que quieren hacer es rap. Resaltan la importancia de hacer rap con libertad y poner corazón en las canciones, que es a lo que se dedican.

6.18. *Robocordones*, Tote King

I-IDENTIFICACIÓN

Robocordones es el tema que presenta el último álbum del sevillano Tote King, 78. El videoclip ha sido publicado a finales de Julio de 2015, dos meses antes de que el LP viera la luz. Ha sido dirigido por Guillermo González. Junto al videoclip de *Ya no me enfado,* nos adelantan el nuevo disco.

Tiene una duración de tres minutos y veintidós segundos, y está en formato panorámico, 16:9.

Es un vídeo de un estilo que está de moda en nuestros días, por lo que creemos se dirige al espectador medio de nuestro tiempo.

Es lo que se llama un Lyric Vídeo, pues muestra la letra del tema en todo momento. Es un videoclip descriptivo con el que Tote King presenta la situación de una serie de artistas sevillanos del Hip hop.

II-DESCOMPOSICIÓN

- **Descripción de las acciones**

Tote King canta de perfil y de espaldas a cámara, con fondo blanco y un contraste casi total que resalta su figura. Aparecen palabras que forman la letra de la canción, usando una máscara. Baila al ritmo del estribillo.





Vemos una panorámica que viene a mostrar el río Guadalquivir y el puente de Triana, en Sevilla. A

continuación vemos algunas casitas junto al río y Tote cantando con Sevilla al fondo. Aparece la muralla que forma parte del mítico barrio de la Macarena y una fuente entre las calles. Luego se resaltan los grafitis pintados sobre la fachada de un bloque en el barrio de San Pablo y vemos de pasada unos bloques de pisos de ladrillo. Con unos quintos de cerveza alguien brinda, son Tote y unos amigos sentados en la mesa de una terracita junto a un parque. Aparece su hermano, Shotta, junto a otro rapero sevillano cerca del río. En lo que parece una exposición de cuadros, están Rafael Muñoz (el graffitero SLK) y su compañera Laura Calvarro (More Amore) en su galería de arte urbano.

Volvemos a ver la figura de Tote sobre el fondo blanco, esta vez de frente, de perfil o de espaldas. Aparece cantando con Sevilla al fondo. Vemos el río y, de pronto, la Torre del Oro más cerca. Ahora la figura de Tote hace de máscara y deja ver varias imágenes de la ciudad de Sevilla y sus calles. Se siguen sucediendo las palabras de la letra del tema. Una guitarra eléctrica llama la atención, es el músico Javi Vega tocando.

De nuevo en el estribillo, Tote baila al ritmo de la canción sobre el fondo blanco.

Cuando comienza la letra, volvemos a las calles de Sevilla. Por ellas pasean tres raperos. Entre los pisos de la ciudad destaca la Giralda. En los barrios marginales, los grafitis se extienden por las fachadas de los bloques. Tote sigue cantando con la ciudad a sus espaldas. Cambia la localización y Tote presenta a DJ Rune y sus platos, que estás también tras él. Por las calles, el MC pasea junto a su familia y amistades. Aparece el jerezano DJ Nexxa en una barbería junto a otros artistas y el productor Baghira en la estación de trenes.

Ondea al viento la bandera de Andalucía. Pasan las imágenes de varios bloques de barrios obreros, y Tote sigue cantando sobre la ciudad. Destaca una torre de la electricidad. En las calles de la ciudad se ven paredes llenas de carteles de conciertos y muchos grafitis en distintas fachadas o muros.

Al final de la estrofa, vemos a Tote sobre el fondo blanco. Esta vez, en el estribillo, la figura de Tote hace de máscara y vemos en ella la ciudad de noche con las luces y sus carreteras. Con los scratches, vemos en esa misma máscara a DJ Rune a los platos. El vídeo acaba con la cara de Tote sobre el vinilo, mientras se escucha el sample original.

- **Materiales expresivos:**

  - **Banda imagen**

Este vídeo se compone de un conjunto de clips de duración media de dos segundos en las partes lentas e inferiores a un segundo en las partes rápidas. El protagonista del videoclip es el propio Tote King. Aparece en planos medios y cortos, algunos primeros planos muy cerrados, siempre ligeramente contrapicados. La cuestión es que en la mayoría no lo vemos por completo, sabemos que es él por su aspecto: barba, gorra al revés y gafas de sol. Aparece con una imagen muy contrastada, con el fondo blanco iluminado y la figura del artista casi en negro total. En algunos momentos se va a utilizar su figura como máscara para mostrar otros planos. En otra localización, vemos también a Tote a contraluz, pero en esta ocasión entran los rayos de luz en cámara y vemos tras él una panorámica de la ciudad de Sevilla.

Los planos generales nos sitúan en Sevilla, y se muestran diferentes zonas de la ciudad y sus elementos culturales. Son todos exteriores de barrios de clase media-baja de Sevilla, rodados con luz natural. Se muestran en muchos casos con la cámara haciendo travelling lateral y en angulación picada. También se utiliza el zoom, y algunos planos llegan a ser aberrantes. Resaltan en las zonas del centro algunas construcciones emblemáticas como La Giralda, la muralla del barrio de La Macarena o el puente de Triana.

Hay también planos medios y largos de algunos de los personajes secundarios que el Tote presenta. Son una serie de personas vinculadas con el MC, empezando por su hermano, Shotta, y otros artistas del Hip hop en Sevilla, en cualquiera de sus vertientes. El vestuario y maquillaje utilizado son muy comunes en la cultura Hip hop, nada fuera de lo habitual.

Destacan planos medios contrapicados de DJ Rune a la mesa, en uno de ellos en segundo término tras Tote. Hay muchos planos detalle picados de los platos, sobre todo al final del tema. Es un personaje secundario que tiene un papel más importante, pues muestra la música en imágenes.

En el último estribillo, como dijimos al principio, se utiliza la figura del perfil de Tote para hacer una máscara y mostrar la ciudad de noche, haciendo un doble juego entre la carretera y las luces.

- **Banda audio**

La música es sonido over añadido en postproducción. En la base, producida por DJ Rune, se utiliza el sample del tema *Qué bonito aquella noche*, de Las Grecas. Además, acompañan notas electrónicas y la guitarra de Javi Vegas, así como la percusión.

- **Letra de la canción**

Dame esa música Bro, que yo me encargo. Tradición familiar dejando el pabellón alto.

Tío, si lo sientes dilo cuanto antes.
Nena, si lo sientes dilo cuanto antes.

[Estribillo]
Yo quiero sentir…
Okey, vamos allá. Sevilla escucha. Tote ¡Ja! Rune en el beat. Pa la familia, pa los colegas, pa los de siempre en esto.

La misma historia, el mismo sitio,
Sevilla de Fondo, leyenda en el micro.
La Maca mi barrio, los pelos de Erizo,
grafiti en San Pablo en bloques de pisos.
Mis compis de Pino bebiendo unos quintos,
el Shotta en Chapina, SLK en “Delimbo”.
Ésta es mi escuela y ya no hay más explicaciones.
Presente, Pasado, Futuro, Robocordones.
Soltando el aire, andando al sol,
soy de la vieja escuela, escribo en folios no en ordenador.
Mi mente es un demonio, mi boca es un transistor
que emite pa el que sintoniza buscando calor.
Si traes un disco, no hace falta como el BeetleJuice 2
como no hacía falta un nuevo Robocop, bro.
Aquí sin pena caracoles, hierbabuena,

desconfiando de la escena y escuchando a Javi Vega.

[Estribillo]

Yo quiero sentir...

Arriba pa siempre. Dame el 2015, anda. Escucha, sin descanso no hay emociones, no hay excusas. Robocordones.

Mi gente de Coria, mi gente en Tomares,

la historia es la misma, dos calles, seis bares.

El Tote no sale, el Tote en el micro,

el Rune en el beat, el niño prodigio.

Mi Hermano en Villegas ganando los juicios,

el Nexxa en Jerez, Baghira en tos sitios.

Algunos de los que mi escuela componen,

Presente, pasado, futuro, Robocordones.

Ya soy franquicia como el Tatu Lucio

y mis cuerdas vocales no las para ni un anti-disturbios.

Si tiro frases al micro le quito el hambre,

si pido pases el mail plagao de we transfers.

Y a veces si te pillo, compi, en freestyle

demolición como el Stallone y el Snipes.

Tote King, veneren al Rey.

Con mi playlist del Gym destrozo tu sesión, DJ.

[Estribillo]

Yo quiero sentir…

Yo quiero sentir lo que ayer sentí cuando nos vimos los dos.

Yo quiero saber, yo quiero saber lo que hay dentro de ti...





- **Edición**

Se utiliza la edición lineal, por corte. Con el ritmo de montaje y los efectos se crea el tempo propio de acompañamiento de la canción. Se busca una sincronía estética entre música y vídeo.

Como efectos especiales se utiliza el desdoble de la imagen de Tote en líneas que sobresalen lateralmente a izquierda y derecha de la figura, de forma alterna. Se utiliza la figura contrastada del artista para crear una máscara con las letras y también para mostrar otra imagen de vídeo. Se recurre al retoque del color de la imagen, poniéndola en modo negativo o modificando los canales RGB de algunas tomas. En algunos planos se aprecia además la creación de una especie de reflejo del sol, que simula un pase de cinta de cine antigua. Para empezar y terminar, se usa el tradicional fundido a negro. En el vídeo final además la cámara hace trasfoco.

III-DIMENSIÓN NARRATIVA

- **Estructura del relato**

Estamos ante un videoclip descriptivo que sigue la estructura de la propia canción:

-Introducción y primer estribillo: Vemos a Tote a gran contraste sobre fondo blanco cantando y bailando.

-Estrofa: La figura de Tote sirve como máscara para presentar la localización: se muestran diferentes zonas de Sevilla. Tote baila ante el fondo blanco. Aparecen algunos amigos y artistas del Hip hop en la ciudad.

-Estribillo: Tote baila el estribillo ante el fondo blanco.

-Estrofa: Tote sigue cantando desde Sevilla. Muestra más zonas de la ciudad y presenta a su compañero, DJ Rune. Sigue mostrando a artistas de la ciudad y distintos bloques de barrios obreros. Tote baila ante el fondo blanco.

-Estribillo: En esta ocasión, la máscara de la figura de Tote muestra la ciudad de noche, la carretera y las luces.

-Scratches: Vemos principalmente a DJ Rune y sus platos, mientras Tote sigue bailando ante el fondo blanco.

-Final: El sample original es acompañado con la imagen del perfil de Tote en primer plano en modo máscara, mostrando el vinilo dando vueltas.

- **Puesta en escena**

El personaje principal es Tote King. Es el protagonista, aunque no aparece claramente en la imagen. Hace de narrador, nos muestra lo que ha sido y será su escuela de Hip hop en Sevilla, presentando a muchos artistas amigos que forman parte de ella. Cada uno de los que Tote nombra será un personaje secundario. Resalta entre ellos DJ Rune, que no aparece sólo un instante, sino que se mantiene en pantalla durante todo el tramo final de la canción.

Los planos generales de la ciudad y sus bloques de pisos encuadran el vídeo en una Sevilla de barrio, de clase media-baja. Es un videoclip descriptivo en el que Tote King presenta su escuela de Hip hop.

IV-INTERPRETACIÓN

- **Códigos**

En cuanto al espacio que se muestra en el vídeo, se observa que está localizado totalmente en la ciudad de Sevilla. Se muestran al principio imágenes con las que reconocer la ciudad, mostrando así el puente de Triana, el río Guadalquivir, la Torre del Oro y el barrio de la Macarena. Por otro lado aparecen una serie de barrios en los que se ha criado y ha aprendido Tote. Vemos por estos barrios carteles de conciertos y numerosos grafitis, pero sobre todo resaltan los bloques de pisos. Son característicos de barrios periféricos muy poblados, en los que suele habitar la clase social media-baja.

La vestimenta utilizada para el vídeo es la propia del Hip hop: ropas anchas, zapatillas deportivas y gorras. Algunos personajes también usan gafas de sol, como el propio protagonista. Gracias a estos elementos y a las barbas, reconocemos a Tote. El maquillaje pasa desapercibido, es muy natural.

Desde un principio, este videoclip ha sido ideado teniendo en consideración la iluminación. Se juega con un fondo blanco iluminado para obtener la figura de Tote con un alto contraste. Esto permite posteriormente utilizar la figura como máscara de vídeo de forma sencilla. Las imágenes de Sevilla son exteriores iluminados en todo momento con luz natural. Resalta el sol cuando aparece Tote delante de la ciudad y entran varios rayos en cámara. Por la noche, sin embargo, podemos intuir la iluminación de la ciudad por unos focos desenfocados que resaltan sobre el negro.

- **Símbolos**

-Brindis con cerveza: El brindis es un acto de celebración. En este caso, aparece como centro de atención de una reunión de amigos en la mesa de una terraza de un bar.

-Grafitis: Los grafitis por los muros de la ciudad son la muestra de que el Hip hop ha calado en ella y que hay muchos artistas entorno a este arte.

-Bandera de Andalucía: Es uno de los símbolos que representan a Andalucía. Representa a todas las ciudades y pueblos que forman parte de la región, así como a todos los andaluces.

-Platos: Los platos del DJ y sus vinilos aparecen en la imagen, simulando que la música fuese diegética. Son el elemento principal de cualquier DJ, símbolo también de la música Hip hop y sus comienzos. Son parte importante del tema, resaltan al aparecer por ambas bandas: sonido e imagen.

Al tratarse de un lyric vídeo, aparece en pantalla la letra del tema. Cada una de las palabras forma un símbolo, resaltando los nombres de los artistas sevillanos de Hip hop.

V-RESUMEN VALORATIVO

Desde la elección de la base, este tema suena a flamenco. La guitarra eléctrica y el sample de las Grecas nos llevan al sur. A su vez, la mezcla resalta con efectos que están de moda y un sonido de actualidad cercanos a temas conocidos en todo el mundo. Es la mezcla entre lo auténtico, autóctono, y lo último en música. De modo análogo, se presentará a los artistas de la vieja escuela, los de siempre de Sevilla, como los representantes del Hip hop más actual.

Con este tema, el artista vuelve a las listas del rap. Como la propia letra indica, "Sevilla escucha", está dedicado a Sevilla, así como a todos los familiares y amigos de Tote King y a los que siempre han trabajado en el ámbito del Hip hop.

El MC nos presenta la ciudad y sus artistas. Para ello, primero escoge imágenes con las que se pueda reconocer Sevilla, con elementos arquitectónicos conocidos como la Torre del Oro o el puente de Triana. Pero no se queda en la ciudad turística, profundiza y muestra la Sevilla de los sevillanos, los barrios de nivel medio que forman parte de la ciudad y parte de la historia del Hip hop en ella.

Habla de sus amigos y se muestran, a modo de fotografías, imágenes que acompañan en todo momento a las frases descriptivas que Tote dice. Con "Ésta es mi escuela" deja claro su historia, presente, pasado y futuro, y da nombre propio a toda esta gente: "Robocordones". Con este término hace un guiño a la película *Regreso al futuro*, y reconoce que trae el futuro desde el año 2015. También hace una burla hacia el remake de la película de *Robocop* que apareció en los cines en 2014, al que Tote tacha de innecesario en el tema. Este conjunto de artistas sí que son verdaderos sobrevivientes, artistas de la vieja escuela desde su nacimiento. Son los que han llegado lejos y continúan luchando por hacer lo que en realidad les gusta, el Hip hop.

Tote hace hincapié en la letra, resaltando una serie de características que hacen de él un artista de la vieja escuela: se inspira en la calle, escribe en folios y se compara con un transistor. Para reforzar esta idea, aparecen elementos característicos que definen al Hip hop desde sus inicios, como los grafitis y los vinilos a los platos del DJ. Presenta a su compañero, DJ Rune, como el "niño prodigio".



Cuando escuchamos el punteo de guitarra, Tote describe elementos propios de la cultura gastronómica

sevillana, como los caracoles o la hierbabuena. Su escuela es la escuela de Sevilla y de Andalucía, como muestra la bandera. Ya no es un MC cualquiera, tiene un nombre, muchos seguidores, y es bueno tanto en sus temas como en freestyle. Su vieja escuela sevillana no es comparable a cualquier persona que hoy en día hace llamarse "DJ". Para que el público vea a un DJ real, DJ Rune hace los scratches en directo para el vídeo del tema.



7.RESULTADOS DEL ANÁLISIS

7.1.La producción de Hip hop andaluz

7.1.1.Datos generales obtenidos

Gracias a esta investigación, se alcanzan datos sobre la producción musical y de videoclips de Hip hop en Andalucía. Son datos que no están recogidos en ningún estudio y pueden servir de base para futuras investigaciones. Con la información recopilada sobre los artistas más relevantes del Hip hop en Andalucía se ha construido la siguiente tabla:

Artistas	Años en el Hip hop	Nº Discos publicados	Nº Temas publicados	Nº Videoclips publicados	Media Temas/Disco	Media Videoclips/ Disco	Media Videoclips/ Año
SFDK	22	13	199	22	15	1,69	1
Jefe de la M	22	13	158 (Est.)	5		0,38	0,22
H.P. Squad	16	10	171	7	17,1	0,6	0,37
Mala Rodríguez	16	9	90	12	10	1,33	0,75
Elphomega	15	7	102	3	14,57	0,42	0,2
Tote King	14	9	116	8	12,88	0,88	0,57
Juaninacka	13	9	103	9	11,44	1	0,69
Gordo Máster	11	7	104	10	14,85	1,42	0,90
Quilate	9	3	38	4	12,66	1,33	0,44
Juho	9	2	24	1	12	0,5	0,11
Mala Juntera	2	1	20	3	20	3	1,5

En 1993 surgieron en Andalucía los primeros grupos que despuntarían en el Hip hop en la comunidad. Las ciudades de Sevilla y Málaga fueron los centros en los que emergió el género. SFDK lleva así veintidós años haciendo música, al igual que Jefe de la M. Durante todo este tiempo, ambos han publicado trece discos. Son los artistas andaluces que cuentan con mayor número de temas de Hip hop. Cada uno ha trabajado en la creación de un sello y una productora propios, y se han mantenido hasta llegar a ser hoy dos grandes potencias del Hip hop en Andalucía. Encontramos así SFDK Records en Sevilla y Soul Clap Media en Málaga. Sin embargo, mientras que SFDK ha publicado al menos un videoclip al año, Jefe de la M sólo cuenta con cinco vídeos de temas propios. Analizando los trabajos de otros artistas, vemos que el Jefe se ha dedicado más a la producción musical para otros MCs, ha colaborado con muchos y también ha hecho producción audiovisual.





Estos artistas han formado escuela en sus ciudades. SFDK llevó durante años como corista a Tote King,

quien aprendió y dejó al grupo para emprender su carrera en solitario. Otros coristas acompañaron a Zatu en el micrófono y cada uno de ellos se llevó experiencia y un hueco en el Hip hop. El grupo se hizo conocido en la ciudad y poco a poco se ha ido ganando un reconocimiento en todo el país. Sus discos se venden en todo el mundo, sumando seguidores y destacando en los conciertos, llegando a ser admirados incluso en Estados Unidos, cuna del Hip hop.

Jefe de la M también ha ayudado a pequeños artistas como Ijah, Keyo, Gordo Máster… Por todo, son numerosos los temas producidos para ellos y sus colaboraciones. Al montar su productora se introduce además en el mundo del audioviosual, produciendo gran parte de los videoclips del Hip hop malagueño. Ha dado pie al nacimiento de grupos de raperos malagueños como M13Click o Málaga Saga, que se reúnen para hacer un tema o vídeo y así promover el género musical en la ciudad.

Hablando en Plata Squad, por su parte, es también de los primeros grupos malagueños de Hip hop. De hecho, el primer videoclip de Hip hop de Málaga es el de su tema *Reyes del Horrorcore,* de 2006. Se dedican a un tipo de Hip hop más oscuro, duro, que podríamos considerar horrorcore. Sus letras son más violentas y tétricas, y su música siniestra los ha llevado a ser considerados uno de los mejores grupos del país en su estilo. Este grupo, pese a llevar dieciséis años en la escena del Hip hop y ser el grupo más productivo en cuanto a temas, sólo ha publicado siete videoclips y ninguno de ellos muestra en forma alguna la cultura andaluza. De hecho sólo el acento y la pronunciación de los artistas en los primeros años delataban que se trataba de un grupo andaluz. Por lo demás, se han hecho muy profesionales con el tiempo y se han centrado en una carrera musical, llena de éxitos. Pese a los grandes parones del grupo y a los trabajos de sus componentes por separado, en 2015 Hablando en Plata ha vuelto a reunirse en los escenarios.

Al igual que Hablando en Plata, Mala Rodríguez lleva desde 1999 haciendo Hip hop. Ella es la reina del Hip hop no sólo de Andalucía, sino de España. Su arte le ha llevado por todo el mundo, siendo especialmente reconocida en América del Sur, donde ahora reside. Allí ha participado en colaboraciones, como la de Nelly Furtado en *Bajo otra luz*. Se observa que mantiene el menor número de temas por disco, con una media de diez temas en cada uno. Aunque tiene menos temas que otros, ha ido aumentando el número de videoclips con cada disco publicado.

Con el nuevo siglo apareció Elphomega. Alejado de los grandes grupos ya comentados del Hip hop

malagueño, este MC ha buscado un propio estilo. Tiene pocos videoclips, sólo tres, pero despuntó con el del tema *Doppelgänger*, que ha sido muy premiado y ha obtenido un reconocimiento considerable. Aparte, es uno de los artistas con mayor producción de temas, con una media de más de catorce temas por disco. Su estilo y su música lo llevan a ser un gran artista relevante para el Hip hop español.

Tote King comenzó su carrera en solitario en 2001, tras formar parte del grupo sevillano Alta Escuela junto a Juaninacka, Juanma y DJ Randy, y después de su trabajo como corista junto a SFDK. Desde entonces, la producción audiovisual de sus temas ha sido muy inestable. En los primeros años no publicó videoclip alguno. A partir de 2007, con cada disco ha realizado tres, uno o dos videoclips. La situación sorprende más en 2015, ya que a primeros de septiembre no había salido su disco a la venta y ya tenía dos videoclips circulando por los medios de comunicación. Ha colaborado con su hermano Shotta en numerosos temas y en algún videoclip.

Juaninacka lleva una carrera paralela a la de Tote en el Hip hop andaluz. Tras dejar el grupo que ambos formaban, ha publicado nueve discos y nueve videoclips de temas propios, además de colaborar en los vídeos de otros artistas sevillanos. Es un MC reconocido a nivel nacional, pero ninguno de sus vídeos forma parte de la muestra de esta investigación al no mostrar de ninguna forma elementos propios de la cultura andaluza.

Gordo Máster con sólo siete discos ha publicado ya ciento cuatro temas. Además, tiene una producción de videoclips cercana a la de SFDK. En once años de carrera tiene diez videoclips de temas propios. Ha participado junto a muchos artistas malagueños en sus temas y vídeos musicales, y ha formado parte de los grupos ya nombrados, empezando por Triple XXX, y luego con M13Click y Málaga Saga. Es un artista muy destacado dentro del Hip hop andaluz, y reconocido a nivel nacional.

Aparte de Málaga y Sevilla, la ciudad de Granada también ha generado muchos artistas del Hip hop. El más reconocido a nivel nacional es Quilate. Su carrera en solitario comenzó en 2006, tras participar en varios grupos. Desde entonces sólo ha publicado tres LPs, pero cuenta con cuatro videoclips. Ha colaborado con grandes artistas del Hip hop español y ha creado un sello propio, Estratega Records. Se ha dedicado al Hip hop desde diferentes perspectivas, creando desde 2012 publicaciones y eventos con la organización Boom Bap, promoviendo el Hip hop nacional en Andalucía.



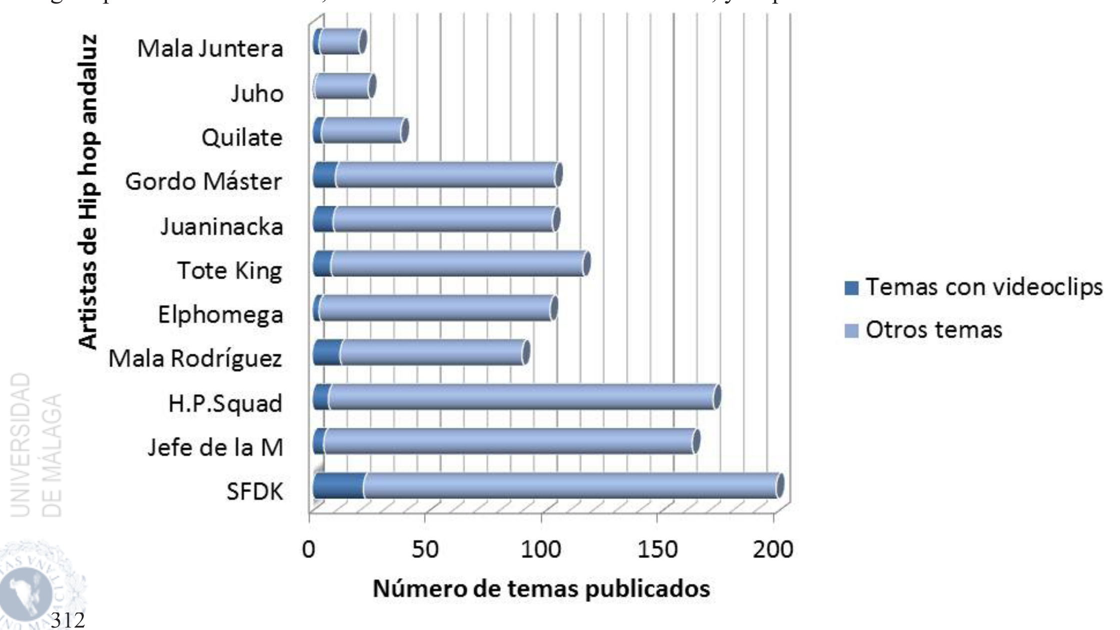


En el mismo tiempo, Juho tiene una producción de temas aún menor. Sólo ha publicado dos discos y tiene un único videclip propio. Llama la atención ver, como posteriormente justificaremos, que ese videoclip ha conseguido una expansión y repercusión cercana a la que tienen los vídeos de artistas consagrados como SFDK o la Mala. Ese único videoclip forma parte de la muestra, objeto de análisis de en esta investigación.

Mala Juntera es una formación con sólo dos años de recorrido, pero cuenta con grandes integrantes del Hip hop español: Acción Sánchez, Hazhe, Zatu y Capaz. Han hecho un disco con veinte temas y tres videoclips. Si bien sus vídeos no sirven para la muestra, debemos considerar esta agrupación como una formación relevante para el Hip hop andaluz por su proyección nacional.

7.1.2.Producción de videoclips

Como puede verse en el siguiente gráfico, realmente la producción de videoclips dentro del Hip hop andaluz no es muy cuantiosa. Teniendo en cuenta que el universo recoge a los artistas más destacados, se esperaban cifras más altas. Entre los once grupos seleccionados reúnen un total de 83 videoclips, no es nada comparable con los más de 1.100 temas que sumarían. Con esto se observa que hay una gran producción de discos, muchos de ellos de más de 15 temas, y se presentan en diferentes formatos:



Destacan con una discografía de más de 150 temas precisamente los tres primeros grupos que destacaron en el Hip hop en Andalucía y, por tanto, llevan más tiempo trabajando en la música: SFDK, Jefe de la M y Hablando en Plata. Les siguen Gordo Máster, Tote King, Juaninacka y Elphomega, todos ellos entorno a los 100 temas. Destaca Mala Rodríguez, que con 90 temas tiene más videoclips publicados que los artistas anteriores. Con una producción musical inferior, ya por debajo de los 40 temas, están Quilate, Juho y Mala Juntera.

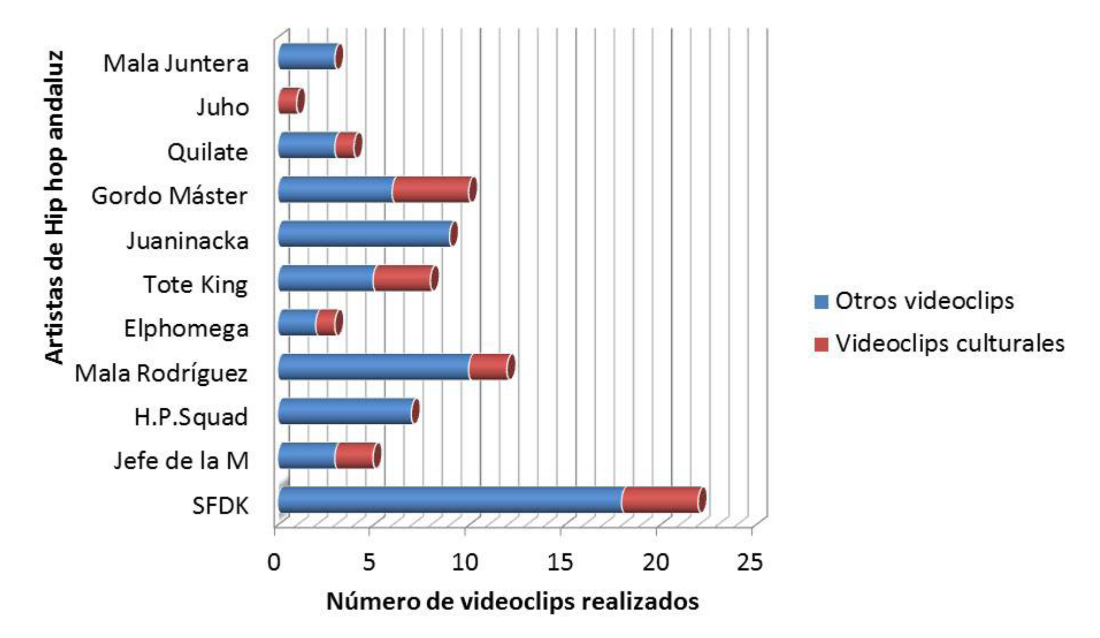
Los artistas con más videoclips producidos son SFDK, Mala Rodríguez y Gordo Máster, todos superan los diez vídeos. Son tres nombres conocidos a nivel nacional e internacional que representan en gran parte al Hip hop andaluz. Hablando en Plata y Jefe de la M dejan a un lado el formato videoclip, realizando sólo cinco y seis vídeos durante sus largas carreras. Hablando en Plata se centra en su obra musical, creando grandes discos con muchos temas; mientras que Jefe de la M se dedica aparte a producir temas para otros grupos. Tote y Juaninacka mantienen una producción constante, tanto musical como audiovisual. Los demás artistas tienen publicados menos de cuatro videoclips cada uno.

Mala Juntera destaca al llevar sólo dos años de formación. Al tratarse de un grupo compuesto a su vez por integrantes de otros grupos reconocidos, han querido crear vídeos que acompañen a sus canciones, y en sólo dos años han realizado tres vídeos.



7.1.3.Videoclips muestra de la cultura andaluza

Tras el visionado de todos los vídeos que forman el universo, se concreta la muestra. Con este gráfico se observa fácilmente la inclusión de elementos propios de la cultura andaluza en los videoclips de estos artistas:



Como se observa, hay tres artistas que no incluyen muestras de la cultura andaluza en sus videoclips, son Mala Juntera, Juaninacka y Hablando en Plata Squad. Sus vídeos son en general más descriptivos, basados en muchos casos en la actuación del grupo representando el tema ante la cámara. Sólo el habla une a estos artistas y permite identificarlos como andaluces, pero no es una exhibición consciente de la cultura, es algo inherente al hecho de ser andaluces que asumen los artistas con normalidad.

Los artistas que más vídeos tienen, SFDK y Gordo Máster, son los que más muestran la cultura andaluza directamente, con cuatro vídeos cada uno. Tras ellos, Tote King y Mala Rodríguez también presentan a Andalucía desde una perspectiva diferente, centrándose en temas de interés social, como se detallará en posteriores apartados. Jefe de la M presenta varios videoclips que muestran la cultura andaluza, en concreto la malagueña. Los videoclips de interés para esta investigación son uno del propio artista y dos correspondientes a las formaciones de Hip hop malagueño M13Click y Málaga Saga. El fenómeno generado entorno a estos grupos es digno de estudio.

Entre sus pocos videoclips publicados, Elphomega y Quilate presentan sólo un videoclip cada uno con muestras de la cultura andaluza. Sorprende el artista Juho, ya que su único videoclip de tema propio contiene elementos culturales expresos. Además, entre los diez videoclips en los que ha participado colaborando con otros autores, nueve de ellos manifiestan la cultura andaluza de forma similar.

La muesta se centra en un total de dieciocho videoclips. Como se indicó desde un principio, hay dos grandes productoras audiovisuales tras ellos. Por un parte está Soul Clap Media, la productora creada por Jefe de la M. Muchos de los artistas malagueños de Hip hop que se mueven en el círculo de Jefe de la M realizan sus videoclips con esta productora, como Ijah, Keyo, Juho, Gordo Máster… Pero esta productora ha trabajado también para otros a nivel nacional, como SFDK, Mala Juntera o El Chojín. Antes tenía una página web, ahora cuenta con un canal de televisión a través de la web YouTube y un Twitter. Para la investigación participa con cuatro de los vídeos seleccionados: *Bajo el mismo sol, Málaga City, La Sal de la M* y *La M vuelve a ser.* Son los vídeos Little Pepe junto a SFDK, Gordo Máster y el Jefe en colaboración con otros artistas malagueños.

Salvo *Bajo el mismo sol,* SFDK produce sus propios videoclips bajo SFDK Records, tres forman parte de la muestra. Esta productora también ha realizado proyectos para artistas como Puto Largo, Juan Profundo o Quilate. Tiene página web propia y cuenta con un canal de televisión a través de YouTube.

Los siguientes artistas con más vídeos con referencias a nuestra cultura, Tote King y La Mala, están respaldados por grandes productoras a nivel mundial, Sony y Universal respectivamente.

En Málaga, Gharuda es un realizador consagrado de videoclips de Hip hop. Dentro de la muestra de esta investigación, *Materia clásica* y *Hot sun* han sido creados por él.

Los cuatro vídeos restantes provienen de producciones independientes. Se trata del vídeo de Elphomega *Sol de sábado, lluvia de domingo,* dirigido por Gabriel Tineo, y otro encontrado en colaboración con el madrileño Zarman, *Suena fine*, realizado por Green K y Mario López. Gordo Máster también recurre a este tipo de producción en colaboración con el Langui en *Agua pa beber,* cuyo vídeo está producido por PronoEstudio. Con la música bajo el sello discográfico de SFDK Records, Quilate publica su videoclip *En pie* producido por Jesús Gómez.





7.2.El videoclip de Hip hop andaluz

7.2.1.Características generales de los videoclips

En todos los vídeos que forman la muestra se observan una serie de características comunes. En primer lugar, por su propia definición todos los videoclips presentan la unión de música, imagen y lenguaje verbal. Así al tema musical formado por la música y la palabra se le añade la imagen, enriqueciendo y delimitando el significado del propio tema. De este modo cada vídeo forma un discurso específico, diferenciado, y se reducen sus posibles interpretaciones.

El objetivo final de los vídeos es, por una parte, publicitar un tema o incluso un disco completo, como ocurre con *Robocordones*. También hay una clara promoción del grupo o artista, que aprovecha el medio visual y la comunicación no verbal, como veremos más adelante. Hay varios vídeos creados por agrupaciones de artistas malagueños, *La M vuelve a ser* y *La sal de la M*, donde el objetivo es promover a esos artistas y al rap malagueño en general. De hecho, el segundo videoclip está creado única y concienzudamente para resaltar la escuela malagueña y la escena del Hip hop en la ciudad, sin tratarse de un tema musical previo publicado en un disco concreto.

Por otro lado, es imposible desvincular el videoclip de la creatividad, es otra de sus finalidades. Se observa una evolución en la estética del videoclip de Hip hop andaluz. El primer vídeo analizado, realizado por SFDK en 2003 presenta un aspecto de nivel amateur, con una imagen poco contrastada y llena de tonalidades frías. Este grupo ha pasado por la animación y el uso de la edición en el vídeo para evolucionar, buscando ser creativos y originales en sus vídeos musicales. Jefe de la M presenta sin embargo una evolución menor en los vídeos analizados, que tratan temas parecidos con vídeos similares centrados en la actuación de los artistas mirando a cámara en combinación con imágenes de la ciudad.

Los videoclips analizados de Mala Rodríguez buscan la creatividad en el discurso del videoclip. En *La niña* vemos un videoclip narrativo que cuenta una historia basada en la realidad. En *Nanai* se mezcla una historia también realista con una puesta en escena de la MC más conceptualista, simulando la existencia de un mundo paralelo. Otro artista que trabaja la creatividad en cada uno de sus vídeos es Elphomega. Destaca su videoclip *Sol de sábado, lluvia de domingo*, un vídeo descriptivo, conceptual, que suma una serie de imágenes y detalles cargados de significados.

Los vídeos analizados de Tote King tratan temas sociales profundos desde diferentes perspectivas originales. Con *Mentiras,* el artista simula ser presentador de un telediario que cuenta todas las verdades de los problemas sociales existentes. En *Redes sociales* cobra protagonismo un personaje que nos muestra su vida mediante un continuo selfie. El último vídeo analizado, *Robocordones*, es un vídeo innovador dentro del Hip hop andaluz que presenta una estética cercana a vídeos de grandes artistas conocidos a nivel mundial como Rihanna. Se basa en el juego de colores muy luminosos, parpadeantes, y la figura contrastada del artista bailando en pantalla.

Gordo Máster presenta en su vídeo *Agua pa beber* una pequeña narración cercana al cortometraje que se aleja del clásico videoclip de rap. *En pie*, de Quilate, también busca la creatividad en el modo de presentación de la historia, mezclando un paseo en bus turístico con su actuación. Sin embargo en *Hot sun,* de Juho, el videoclip presenta directamente la imagen de Andalucía, de Málaga en concreto, y la puesta en escena de los artistas sin un trabajo creativo muy profundo.

Según su tipología la mayoría de los vídeos analizados, 10 de 18, son vídeos mixtos. Suelen combinar la actuación de los artistas cantando, mirando a cámara, con pequeñas acciones que llevan a cabo los propios artistas como protagonistas u otros personajes. Otros 6 vídeos de la muestra son vídeos descriptivos, pues no contienen programas narrativos. Transmiten una idea o concepto, y en gran parte describen un lugar, como ocurre en *S.E.V.I.L.L.A., La M vuelve a ser, Málaga City, Robocordones* y *Hot Sun.* Destaca *Sol de sábado, lluvia de domingo*, realizado a partir de fragmentos de vídeos diferentes. Las imágenes se suman y organizan en la edición para transmitir claramente la idea que da título al tema, haciendo una metáfora de la vida.

Sólo 2 videoclips de 18 analizados son de naturaleza narrativa, pues ambos se centran en contar una historia: *La niña* y *Agua pa beber. El Niño Güei* presenta pequeñas acciones que conforman una historia, pero en ese videoclip la atención se centra en la descripción del personaje en sí, por lo que lo consideramos mixto.





7.2.2.Componentes narrativos visuales: componentes técnicos

Dentro de los componentes narrativos visuales podemos diferenciar entre los componentes técnicos y los componentes semánticos. En los videoclips objeto de estudio se observan coincidencias al respecto. En la puesta en escena del tema con los artistas cantando a cámara, se repiten planos de tamaño medio al corto. Muchos de estos planos tendrán una angulación contrapicada, enalteciendo la figura del artista correspondiente. Para mostrar paisajes y exteriores se recurre al plano general. Estas imágenes se suelen grabar con luz día, aprovechando el buen clima andaluz y ahorrando costes de producción. También hay un número considerable de planos detalle que van a mostrar pequeños elementos cotidianos, muchos propios de la cultura andaluza como se concreta en posteriores apartados. Nos acercan a una visión más intimista de determinados elementos.

Se utiliza en la mayoría de los planos la cámara en movimiento, ya sea cámara al hombro o cámara libre. De igual modo son frecuentes los paneos, tanto verticales como horizontales, y el uso del zoom. En un videoclip, *Redes sociales*, se utiliza un efecto similar al zoom en postproducción, ampliando la imagen grabada para tener planos más cortos y crear ritmo en la edición. También se utiliza mucho el juego con el foco. En la mayoría de los vídeos analizados se utiliza el trasfoco, pasando el centro de atención entre elementos en distintos términos dentro del plano. En ocasiones se juega con el desenfoque final de la imagen, como en *La niña.*

En cuanto a la iluminación, todos los vídeos musicales analizados están rodados la mayoría del tiempo en exteriores. En 17 de los 18 videoclips se rueda con luz día, aprovechando la luz natural y potenciándola con el uso de stycos. Sólo en *La sal de la M* hay luz noche, por lo que se recurre a la iluminación artificial, sencilla en cualquier caso. En los lugares interiores se ilumina también con luz artificial, reforzando de manera natural los puntos de luz ya situados en la localización.

Dentro de 10 videoclips de la muestra se hace un juego de luces resaltando la potencia del sol y reproduciendo los rayos en pantalla. *Redes sociales* y *Agua pa beber* son vídeos rodados en diferentes momentos del día, por lo que la iluminación también va cambiando. Entre estos vídeos, cuatro muestran el atardecer: *Bajo el mismo sol, Robocordones, En pie* y *Hot Sun.*

La iluminación cobra especial importancia en el videoclip *Robocordones.* La técnica de grabación a

contraluz resalta la figura de Tote, casi en negro total, delante de un fondo blanco muy iluminado. Esta iluminación potente caracteriza al videoclip y lo sitúa dentro de la estética moderna, jugando con los contrastes, las luces y sombras.

Por otra parte, cabe destacar que frente a todo el uso de la iluminación natural y la exaltación del sol sólo hay un videoclip que muestra condiciones atmosféricas de lluvia: *Sol de sábado, lluvia de domingo.* El vídeo se ha grabado en diferentes días para mostrar lo que el propio título del tema indica. La lluvia aparece en diferentes estados: Formando nubes grises, cayendo al suelo o ya en forma de charcos.

7.2.3.Componentes narrativos visuales: componentes semánticos

Entre los componentes narrativos visuales se encuentran también los componentes semánticos que conforman el videoclip. A lo largo del análisis se observan similitudes entre este tipo de componentes: el agente, la acción, el tiempo y el espacio.

En cuanto a los personajes, en el 100% de los vídeos aparecen los artistas como personajes principales. En la estructura de algunos videoclips se puede diferenciar entre la actuación o puesta en escena del MC y la historia o acción que sucede a unos personajes ficticios. En estos casos podemos considerar protagonistas a los artistas y a los personajes más destacados de la historia. Así sucede en *El Niño Güei, La niña, Nanai, En pie* y los tres vídeos analizados de Tote King. Coincide además en estos casos que recae sobre el cantante el papel de narrador. Los artistas se convierten en narradores que todo lo saben y cuentan la historia que a su vez llevan a la acción los personajes. Intervienen aquí personajes secundarios y figuración.

Por otro lado, encontramos 11 videoclips de la muestra en los que los artistas son los protagonistas del vídeo. Aparecen actuando y cantando, pero también son agentes activos que participan en la acción e interactúan con el contexto. Llevan a cabo acciones sencillas como jugar al baloncesto, montar en bicicleta o regar las plantas, pero pasear es la acción más recurrente para mostrar a los artistas en el espacio.



Es destacable el hecho de que la mayoría de los grupos de Hip hop andaluz se presentan en estos vídeos a través de los MCs, pero también aparecen sus DJs y productores. Salvo Mala Rodríguez, que mantiene en sus vídeos la exclusividad, los demás grupos muestran a otros artistas. Son personajes secundarios, cuyo papel se concentra en acompañar a los protagonistas. En este tipo de vídeos suele utilizarse frecuentemente la figuración, gente que está en el lugar en el momento de la grabación. Esto acerca más al videoclip de Hip hop andaluz a la realidad, ya que muestra a las personas como parte natural del contexto.

La duración de los videoclips ronda entre los tres y seis minutos. Los temas más largos son aquellos en los que participan más artistas. Se observa la coincidencia entre la duración del tema musical y la del videoclip en casi todos los vídeos. Se aleja un poco de esto *Agua pa beber,* ya que el videoclip tiene una duración mayor de siete minutos y desarrolla una historia que la canción no incluye.

El tiempo en que tiene lugar la acción se sitúa en todos los videoclips en el tiempo presente, en la época correspondiente a la grabación del vídeo. Observamos esto en la vestimenta de los personajes, en el contexto en que se enmarca la acción y en el aspecto de la propia imagen. Los temas sobre los que trata el Hip hop andaluz afectan a la sociedad del momento y podemos pensar que por ello hay una intención de acercar la música al público de la época.

Seis de los videoclips han sido grabados en su totalidad en zonas exteriores. La mayoría de estos exteriores pertenecen a Andalucía. En menor medida, aparecen espacios interiores como casas o bares en el resto de los vídeos. En muchas ocasiones encontramos que el videoclip se desarrolla en un espacio concreto, centrando la atención del espectador en él. Esto ocurre en *S.E.V.I.L.L.A., Bajo el mismo sol, Materia clásica, Suena fine, Málaga City* y *Hot Sun.*

7.2.4.Componentes narrativos sonoros

Es necesario hacer un repaso de los componentes que forman el sonido dentro de los videoclips. Por su propia naturaleza, el videoclip comprende un tema musical. El tema está compuesto a su vez de palabra o voz y música. En el Hip hop, las bases musicales se caracterizan por tomar samples o fragmentos

de otras canciones, modificarlos y crear con ellos una nueva canción. También se utilizan samples de oraciones del propio artista u otro artista diferente. Se añaden melodías instrumentales, la actuación puntual de algunos instrumentos y una percusión muy característica basada en el uso del bombo, la caja y los charles. Los compases son siempre cuatro por cuatro y el pulso varía entre las 80 y 110 pulsaciones por minuto.

En algunos temas participa la figura del DJ, quien muestra su arte haciendo turnstablism. A diferencia del DJing, el DJ de Hip hop no sólo pincha los discos, utiliza los platos como instrumento musical para alterar el ritmo, la melodía y la estructura de la música, usando técnicas como el scratching o *beat juggling* para la composición musical de un tema.

El sonido recogido en los videoclips analizados adquiere todas estas características. Distinguimos de este modo la palabra, la música, los samples y los scratches de los DJs en ciertos vídeos, como *Robocordones* o *S.E.V.I.L.L.A.*

El tema puede estar capturado del directo en el caso de los videoclips performance o puede ser añadido en postproducción. En esta investigación, ninguno de los videoclips objeto de estudio se centra en una actuación. Sólo en *Agua pa beber* se muestran unos segundos de uno de los conciertos de Gordo Máster y escuchamos el sonido del directo. El resto de videoclips, incluso mostrando conciertos, no recogen su sonido del directo, añaden la música en postproducción. Tampoco la aparición del DJ en sus platos implica que el sonido sea real, tomado del directo. En el videoclip el tema musical es sonido over añadido en postproducción.

En pocas ocasiones se toma sonido del directo en los videoclips. Se aprecia en el vídeo de *En pie* el uso del sonido ambiente al principio, para después incluir la música. Con el vídeo de *Agua pa beber* se capta y edita el sonido del directo, grabando los diálogos. El tema musical también se añade en la edición.

La sincronía entre la voz y la palabra es simulada. En los videoclips analizados no existe por tanto la unificación real entre música e imagen. Estos vídeos se caracterizan por utilizar la sincronía estética, ya que la unión entre las distintas bandas se va a basar en el ritmo, persiguiendo un fin intencionado.



7.3.La cultura andaluza en el videoclip de Hip hop

7.3.1.Andalucía, código espacial

Con el análisis audiovisual de los videoclips se observa que la mayoría de los vídeos que forman parte de la muestra fijan su localización en Andalucía. Así, en 14 vídeos de los 18 analizados se presenta directamente su imagen. El código espacial tiene gran peso para la interpretación de estos videoclips, enmarcando la acción en un lugar y ambiente concretos. Los otros cuatro podrían estar rodados en cualquier lugar, tratan la cultura desde otra perspectiva.

Existen varias formas de mostrar Andalucía como código espacial. Por un lado, se observa la tendencia a hablar de Andalucía desde Andalucía. Para ello, los grupos o artistas primero presentan su ciudad con algunos elementos característicos, y después de sus barrios, contando según su experiencia personal cómo es la vida allí. Se repiten en las imágenes elementos característicos de estos barrios como tendederos con ropa tendida secándose al sol, azoteas casi desiertas, macetas con plantas, bloques de pisos poco cuidados, casas antiguas y pequeñas calles.

En los casos de los que hablamos están reflejando la cultura andaluza más profunda desde barrios de clase media-baja, donde la vida no es sencilla. Esto sucede en los vídeos de *El liricista en el tejado, Materia Clásica, La M vuelve a ser* y *Málaga City*. En ellos los MCs cantan desde sus barrios, ya sea en la ciudad de Sevilla o en Málaga. A lo largo del videoclip se combinan imágenes de la puesta en escena de los artistas con imágenes del barrio, mostrando en cualquier caso la realidad.

Los casos de *El Niño Güei* y *La niña* también muestran la vida en algunos barrios de Sevilla, pero lo hacen de un modo diferente: con un videoclip narrativo contando una historia que sucede a un personaje. Los artistas toman el papel de narrador y cuentan lo que les acurre a los protagonistas en su día a día, cómo se mueven por su ciudad y cómo actúan. Generan de este modo una muestra ficticia pero realista de la sociedad y la cultura del barrio en un momento determinado. Cabe destacar que en ambos casos se descubre al final una relación entre protagonista y artista. En *El Niño Güei* el protagonista es una caricatura del propio Zatu, y en *La niña* la Mala acaba introduciéndose en la historia como un personaje más para llevar flores a la tumba de la niña. Los artistas se incluyen así en la historia, dando a entender que forman parte de la sociedad del barrio y su cultura.

Por otro lado, algunos videoclips se centran en las capitales de provincia. Centrados en la ciudad de Sevilla, aparecen los videoclips *S.E.V.I.L.L.A.* y *Robocordones*, de SFDK y Tote King respectivamente. Estos artistas sevillanos pertenecientes a la misma escuela dedican un tema a su ciudad, hablando de la situación social del momento y haciendo referencia a su historia. Aparecen elementos reconocidos de la ciudad, como la catedral, la Giralda, la Torre del Oro y el puente de Triana. Destaca como elemento natural el río Guadalquivir. El público reconoce el núcleo urbano con estas imágenes. Los dos vídeos tratan sobre los MCs como parte de la ciudad, se identifican con sus barrios. La diferencia entre los vídeos es que SFDK participa en todo momento como agente activo paseando por la ciudad, mientras que en el videoclip de Tote se combinan dos bloques: la puesta en escena de Tote cantando y bailando, y las imágenes de la ciudad. Sólo en una escena lo vemos a él sito en Sevilla, con la ciudad al fondo.

Salvo el videoclip de *La niña,* todos los vídeos rodados en Sevilla contienen al menos un edificio característico de la ciudad: *El liricista en el tejado, S.E.V.I.L.L.A., Robocordones y Bajo el mismo sol.* Este último destaca porque presenta dos ciudades, Sevilla y Málaga, y lo hace de manera muy completa. De Sevilla, además de los monumentos ya citados y el río aparece también el puente del Alamillo, la torre Cajasol y los Reales Alcázares.

Hay cuatro vídeos musicales que presentan claramente la ciudad de Málaga: *Bajo el mismo sol, Suena fine, Agua pa beber* y *Hot sun.* Cada uno es de un artista diferente, pero todos coinciden transmitiendo la misma idea de la ciudad. La localización otorga sentido al videoclip. Destacan lugares reconocidos como la Alcazaba, la plaza de toros, el Muelle Uno, el puerto o los Baños del Carmen. Además, se muestran algunos elementos únicos de Málaga, como las jábegas o los espetos de sardinas. Pero sobre todo se muestra la ciudad como una ciudad de sol y playa, de clima cálido y ambiente veraniego.

Pero en estos vídeos, los artistas no son únicamente malagueños, es más, los tres primeros muestran colaboraciones. En *Bajo el mismo sol*, el malagueño Little Pepe es quien acompaña al sevillano Zatu al cantar. En *Suena fine* Elphomega invita a Zarman a la ciudad, el madrileño componente de VKR. Y en *Agua pa beber* otro madrileño acompaña a Gordo Máster: el Langui. Con ello se presenta Málaga como ciudad acogedora, turística, que se presta a todo aquel que quiera visitarla.

El vídeo de *Hot Sun* sí está hecho por malagueños desde Málaga. Este vídeo muestra por un lado la cultura arraigada en la ciudad y las costumbres, y por otro también muestra la ciudad de sol y playa. La



abre hacia el turismo empezando con su título y siguiendo con su estribillo en inglés.

Agua pa beber es un caso especial, ya que más que un videoclip podríamos considerarlo un cortometraje. El vídeo muestra toda una historia protagonizada por los dos MCs no sólo en Málaga capital, también en zonas de su costa como San Pedro o Marbella. Destacan los elementos naturales, las palmeras junto a la playa y los chiringuitos. La imagen de Málaga que transmite el vídeo, en cualquier caso, es también como ciudad de costa, de sol y luz con una amplia disposición turística. Refleja así la realidad del verano en la Costa del Sol.

El videoclip de Quilate, *En pie*, está rodado en su totalidad en la ciudad de Granada. Subidos en un autobús turístico, parece que el artista muestra a sus amigos de diferentes nacionalidades la ciudad. Pero realmente en el videoclip a penas se muestra la ciudad. A diferencia de los anteriores vídeos comentados, en éste no se incluyen elementos culturales destacados como podría ser la Alhambra, las costumbres o la gastronomía granadina. Se sabe que pasean por Granada porque al principio Quilate espera en la plaza de la Fuente de las Batallas, por un par de carteles de señalética por los que pasa el bus en su ruta y por las calles de tiendas árabes y teterías por donde pasean los raperos. Pese a ser el autobús turístico, el videoclip se centra más en la actuación de los artistas y en la fiesta con los amigos que en mostrar la ciudad.

El videoclip del tema propio de Elphomega *Sol de sábado, lluvia de domingo* se localiza en dos ciudades diferentes: Málaga y Madrid. Es un videoclip descriptivo bajo el estilo propio de este artista. Muestra Málaga desde una perspectiva diferente, centrándose en el mar y pequeños detalles que le llevan a añorarla. Es una visión más intimista de la ciudad.

Tote King y Mala Rodríguez representan en los videoclips seleccionados la sociedad andaluza y situaciones que en ella se presentan. No se centran en mostrar un lugar concreto de Andalucía, su código espacial no es tan relevante para la interpretación del vídeo. Son videoclips de temas más profundos, asuntos sociales que afectan a Andalucía y a la población en general y por tanto reflejan de algún modo la cultura. Tote trata en *Mentiras* la falsedad de la sociedad en que vivimos y que afecta no sólo a andaluces, sino a todas las personas que viven en países de la globalización. *Redes sociales* se centra en el nuevo entretenimiento que mantiene a las personas dispersas. Por su parte, la Mala en *La niña* aborda el problema de la droga y el mundo que rodea a las personas que viven cerca de ella, y con *Nanai* trata

el tema del maltrato de una forma muy singular. En resumen, estos artistas llevan a sus canciones, a sus letras y a las imágenes de sus vídeos temas que afectan a la sociedad, acercándolos al público.

7.3.2.Símbolos de la cultura andaluza

Aparte de los monumentos y los elementos culturales propios de Andalucía como código espacial, se han encontrado distintos símbolos entre las imágenes de los videoclips analizados. Se repite la imagen de los elementos naturales como son el sol y el agua con diferentes significados. El sol se presenta como principal fuente de iluminación, usado en el rodaje de exteriores en 17 de los vídeos, pues sólo *La Sal de la M* está totalmente grabado de noche. En 11 de esos videoclips predomina un juego de luces y sombras y el grabar a contraluz, reproduciendo destellos del sol en la imagen. Además, el sol es la fuente de calor del sur. Muchos vídeos lo reflejan con el uso de gafas de sol y gorra, la aparición de sudor en los personajes y la propia letra del tema.

El agua es el otro elemento natural que aparece más veces en los videoclips. Puede mostrarse en forma de río o como mar, como lluvia o en charcos, para beber o para regar. Once videoclips de la muestra presentan el agua de diferentes modos, otorgándole sentido en un contexto.

En la imagen de los videoclips se han encontrado numerosos elementos de la tradición andaluza. En varios vídeos se repite la imagen de ropa colgada de un tendedero, ondeando al viento y esperando a que el sol la seque. Esto se muestra en *El Niño Güei, Materia Clásica, Nanai, Sol de sábado, lluvia de domingo* y *Hot Sun.* Está relacionado con el buen clima del sur y también con barrios de nivel medio-bajo que tienen que tender la ropa de cara a la calle.

En los vídeos centrados en la ciudad de Málaga siempre aparecen espetos, ya sea en la candela o en un plato. En alguna ocasión también resalta la figura del espetero, encargado de hacer los espetos. Las jábegas y el ambiente pesquero creado entorno a las pequeñas casitas del barrio de pescadores también difunden la cultura originaria malagueña. Estos elementos aparecen en *Sol de sábado, lluvia de domingo, Suena fine, Málaga City, Agua pa beber* y *Hot Sun*. Realmente esta visión de la cultura malagueña se concentra en tres artistas malagueños: Elphomega, Gordo Máster y Juho. En *Málaga City* Gordo Máster

llega a mostrar al hombre que vende almendras en el centro. En la actualidad existen varios puestos de almendras en el centro de la ciudad, pero la figura del vendedor se remonta a los años sesenta. Es una figura considerada mítica por los malagueños. En este mismo videoclip, aparecen otros elementos de la tradición andaluza en general, como el coche de caballos y la guitarra flamenca. El coche de caballos aparece brevemente también en *Bajo el mismo sol* y *Robocordones.*

En varios videoclips se muestra una bandera moviéndose con el viento. En *Robocordones* está la bandera de Andalucía, pero es su única aparición. Es un símbolo muy significativo, pero con una repercusión poco notoria en el videoclip de Hip hop. De hecho, en otros vídeos aparecen otras banderas como la de España o la de Jamaica. En cualquier caso, no llega a ser más que una pequeña representación de la unidad de un país o región. Lo mismo ocurre con la cruz que lleva colgada de una cadenita la niña protagonista de *La niña*. Es un elemento religioso propio de la cultura andaluza y cristiana, pero sólo aparece en este vídeo. Por ello no se puede considerar que la religión tenga gran presencia o peso en el videoclip de Hip hop andaluz.

Cabe destacar en todos los vídeos la aparición de una serie de elementos relativos al Hip hop. En todos los vídeos, salvo los de Mala Rodríguez, los raperos llevan un código de vestimenta propio del estilo Hip hop, portando pantalones anchos y camisetas grandes, gorras de visera plana y zapatillas deportivas. La bicicleta va a ser un medio de transporte también común entre los raperos, teniendo su propio espacios en los videoclips de *Bajo el mismo sol, Materia clásica* y *Suena fine.*

El grafiti es uno de lo pilares de la cultura Hip hop. En muchos de los vídeos aparecen grafitis, ya sean tags o grandes murales, y en otros se les hace referencia desde otras bandas. Se muestran explícitamente en los vídeos de *Bajo el mismo sol, Materia Clásica* y *Hot Sun*, pero sobre todo ganan importancia por el número de veces que aparecen, su duración y embergadura en *Robocordones.* Aquí además aparecen las herramientas de trabajo propias del DJ: los platos y los vinilos. Haciendo una referencia a los primeros años del Hip hop, algunos artistas aparecen en sus vídeos con radiocasetes, como Gordo Máster y Quilate.

Es relevante el hecho de que en 13 de los videoclips de la muestra los raperos buscan la forma de citarse a sí mismos. Cada uno tiene un gesto o símbolo que lo representa, y aprovechan el videoclip para hacerlo ante su público y propagarlo. En *Nanai*, vemos letras “M” crecer en el campo. Esa letra es la inicial de la Mala. SFDK hace en todos sus vídeos numerosos guiños no sólo a su marca de grupo “SFDK”

como se puede ver en el traje del niño Güei, sino incluso a su discografía utilizando para ello carteles. Promociona también a otros artistas usando carteles o la presencia física de los mismos en sus vídeos. En el videoclip del tema *S.E.V.I.L.L.A.*, SFDK recrea con las manos cada una de las letras que forman esa palabra, confiriendo sentido a cada letra al cantar el tema.

Jefe de la M y todos los que pertenecen a su escuela reproducen continuamente la "M" de Málaga y el número "13" en sus temas. Este número hace referencia a la posición de la letra "m" en el abecedario, redundando en su significado. En el videoclip estos signos aparecen no sólo en la letra, también en forma de gesto en las manos de los raperos. Gordo Máster y Juho incluyen estos elementos en sus temas. Destaca Gordo Máster, quien recrea la "M" con sus manos de un modo diferente, llegando a crear camisetas que trasnmiten ese gesto como imagen de marca propia del Gordo. Una de esas camisetas se presenta repetidas veces en el videoclip *Malaga City*. Por su parte, el cantante Little Pepe también hace la letra "L" con sus dedos para representarse a sí mismo. En *Bajo el mismo sol*, Zatu llega a recrear esta letra, apoyando a su amigo.

El sevillano Tote King no tiene una marca tan concreta como las anteriores, pero también se refiere a sí mismo en sus temas como "T.O.T.E." en *Redes sociales* o llamando "Totediario" al telediario de *Mentiras*. Elphomega en cambio sí tiene un símbolo propio y característico: sus gafas. A sus gafas llegó a dedicarle un tema completo llamado precisamente *Gafas*, y son el elemento que identifican al rapero. En *Sol de sábado, lluvia de domingo*, las utiliza para introducir al público en su punto de vista y su perspectiva sobre el mundo. Siempre aparece con sus gafas puestas. Además, al final de Suena fine nombra el número 28 850, refiriéndose así al código postal de Torrejón de Ardoz para referirse a sus amigos madrileños, tal y como hacía SFDK con Tote King o Little Pepe.

Como se puede apreciar, al contar con el poder de la imagen en el videoclip se utilizan muchos gestos propios de la comunicación no verbal, sobre todo gestos hechos con las manos. Aparte de estas muestras, hay otros gestos como un lanzamiento de un beso, el levantamiento del dedo corazón en lo que se conoce coloquilamente como "hacer la peseta" o reproducir la figura de un corazón con las dos manos. Este símbolo en concreto es propio de Little Pepe y lo transmite a aquellos raperos que participan junto a él, como Quilate o Zatu.

La cartelería es otro gran medio que sirve para la expresión dentro del videoclip. Se observan muchos

carteles en los vídeos mostrando directa o indirectamente un significado. SFDK y Tote King los utilizan a conciencia. Otros artistas toman los nombres de las calles para situar al público y hacer honor a un lugar concreto.

En ocasiones se utilizan también las camisetas de algunos de los personajes para transmitir un mensaje o apoyar a algún grupo o colectivo. Encontramos en *El liricista en el tejado* una camiseta de Violadores del Verso tendida de un cordel. Entre los raperos malagueños de la escuela del Jefe de la M encontramos camisetas del Unicaja, club de baloncesto de Málaga, del Málaga Club de Fútbol e incluso de Malaka Hinchas. Hay un seguimiento de los equipos deportivos de la ciudad. Gordo Máster, como ya se ha comentado, tiene su propia camiseta. En total, en seis de los videoclips de la muestra se incluye una camiseta como promoción o apoyo a otros grupos.

En la mayoría de los videoclips se utilizan elementos de atrezzo como símbolos para reforzar una idea. Son elementos que tendrán menor o mayor importancia según su intervención en la acción. Entre estos elementos destacan los Goya del Langui, ya que son el centro del videoclip *Agua pa beber*. Estos objetos tienen un papel determinante en el programa narrativo del videoclip. Otros objetos no tan relevantes pero que funcionan como símbolos contínuos a lo largo del videoclip son las cartas en *La niña*, el portátil, móvil y cámara de fotos en *Redes sociales* y el radiocasete antiguo en *En pie*.

Finalmente, se observa en la banda imagen distintos símbolos que vienen a reforzar la misma idea en varios videoclips. En el 50% de la muestra se observan así medios de transporte, como la bicicleta o el barco, que transmiten la continuidad en el tiempo, un viaje o un recorrido por hacer. En muchas ocasiones indican el paso por la vida. Hallamos así la bicicleta en *Bajo el mismo sol, Materia clásica* y *Suena fine,* o los barcos en *S.E.V.I.L.L.A., Sol de sábado, lluvia de domingo, Málaga City, Agua pa beber* o *Hot Sun. En pie* es un videoclip que cuenta con la característica de estar grabado en paseo en bus turístico, por lo que este medio sirve como símbolo de peso para la interpretación del vídeo.

Por otro lado, algunas imágenes muestran símbolos de libertad, independientemente de pertenecer o no a la cultura andaluza. Pueden estar basados en una acción, como el hecho de apagar el televisor en *Mentiras* o la conversión del protagonista de *El Niño Güei* en la cabina de teléfono. En varias ocasiones, se busca transmitir esa idea con la aparición de animales en libertad: pájaros volando, caballos corriendo e incluso un perro amarrado en contraposición a un perro suelto.

7.3.3.El contexto social

En la mayoría de los videoclips aparecen los artistas como personajes principales y nos introducen en un contexto situado en un tiempo coetáneo a la grabación del propio vídeo. Así en todos los vídeos cada grupo o rapero defiende su tema desde el contexto social del presente. Con esto el Hip hop andaluz se acerca al público de su época, sobre todo al sector de la juventud.

El contexto social está definido en gran parte por la cultura. En la cultura americana, el Hip hop nos lleva a los barrios más marginales, a los guetos y a la lucha de poder entre las pandillas. Aparece en muchos de estos videoclips el sueño americano: el enriquecimiento de los artistas, salidos del gueto, y la opulencia de una nueva vida en grandes mansiones con coches de lujo, joyas y chicas jóvenes alrededor.

En el caso de Andalucía, no podemos hablar de guetos porque las condiciones de vida no son comparables. Los raperos andaluces se han criado en la ciudad, en barrios más o menos pobres o marginales pero integrados, no forman parte de un grupo excluido socialmente ni hay grandes conflictos entre grupos. Tampoco hay atisbos de opulencia o superioridad por parte de los artistas. El rap andaluz está hecho desde barrios, es un rap urbano y cada artista busca su propio estilo para transmitir su música.

El contexto social que se aprecia en los videoclips analizados viene determinado por la cultura andaluza. En Andalucía el rap es una música más cercana a la realidad y al presente. Es por ello que en ocasiones aparecen personajes a los que consideramos figuración natural, pues su participación en el vídeo es fruto de la casualidad. Se muestran así las relaciones que se establecen dentro de la cultura andaluza sin artificio, como por ejemplo una reunión de ancianos en una plaza.

En el 100% de los videoclips objeto de estudio se muestran las relaciones sociales propias de la cultura andaluza. Estas relaciones se caracterizan por ser cordiales, se observa en cada caso la relación grata entre dos o más personas. Se establece mediante saludos efusivos, apretones de manos y gestos entre esas personas. Adquiere gran importancia el lenguaje y la comunicación no verbal.

En 14 de los vídeos el contexto social que enmarca la acción se centra en reuniones de amigos. Aparecen así los raperos junto a otros amigos, artistas del Hip hop en la mayoría de los casos. Destacan las reuniones de las dos escuelas, por un lado la de Sevilla surgida desde el nacimiento de SFDK y por

otro la de Málaga, encabezada por Jefe de la M. Lejos de ser grupos socialmente enfrentados, vemos por ejemplo en *Bajo el mismo sol* la buena relación entre raperos malagueños y sevillanos, sintiéndose ambos andaluces. Se aprecia este vínculo en las numerosas colaboraciones entre ellos, no sólo en los videoclips, sino también en la producción de temas.

Como muestras de la cultura andaluza, en las reuniones las personas se divierten y ríen mientras beben, comen o fuman. Estas acciones se llevan a cabo sobre todo en zonas exteriores, ya que la buena climatología de Andalucía lo permite. Por esta misma razón, por el sol y el calor sofocante del sur se consume mucha bebida refrescante. La cerveza es una de las bebidas más populares en la región. Destaca el consumo de cerveza en 7 videoclips de la muestra, llegando a brindar con ella en los videoclips *Suena fine* y *Robocordones*.

El propio brindis también forma parte de la cultura. La tradición proviene de los antiguos romanos, que a su vez la tomaron de los griegos. Éstos levantaban sus copas de vino y brindaban quizá con el fin de demostrar a sus invitados que la bebida no estaba envenenada. En gran parte de occidente se mantiene la tradición de brindar, con pequeñas diferencias surgidas por el paso del tiempo. En la cultura andaluza el brindis es una forma de celebrar la posibilidad de reunión y de desear salud a los reunidos.

Otras reuniones comparten comida, en muchos casos platos típicos de la zona, como ya hemos visto. *La Sal de la M* muestra una reunión nocturna entorno a una barbacoa, donde todos comen y beben mientras se divierten charlando con sus amigos. La candela y el fuego son otros elementos que fortalecen la idea de la flama malagueña en este vídeo.

Un elemento muy vinculado a la cultura del Hip hop, a la música y a los artistas en general es el consumo de porros. Los porros también aparecen en el centro de algunas reuniones, en *El Niño Güei* en forma de animación y en *La M vuelve a ser*. En el videoclip del tema *Hot Sun,* Juho centra su letra en el consumo de porros y aparecen dentro del vídeo como un acto cotidiano, normalizado y extendido en la cultura.

7.3.4.Acercamiento a la cultura musical andaluza

En los videoclips, la banda audio siempre se compone del tema musical añadido en postproducción. En pocas ocasiones se utilizan efectos y filtros que simulan tomar el sonido del directo. El vídeo de Quilate sí comienza con sonido ambiente tomado de la ciudad, y en el caso de *Agua pa beber* sí se dispone de sonido en directo en las partes relativas al cortometraje. Pero el videoclip se caracteriza por dar forma audiovisual a un tema musical, por lo que la música es su base.

Realmente en la banda audio no se han obtenido datos significativos que relacionen el Hip hop andaluz con la música tradicional andaluza. Los artistas del Hip hop andaluz hacen Hip hop. Su música se centra en este género, creando los temas musicales con una base instrumental, samples y percusión con bombo, caja y charles. Como es natural, los DJs hacen scratches y cortes con sus platos. Así, por ejemplo, Gordo Máster refleja el flamenco con la imagen de una guitarra en *Málaga City*, pero no a través de su música.

Cabe destacar el estilo propio de Mala Rodríguez, pues con la melodía y su timbre de voz se acerca por momentos a los tonos del flamenco. Se observa así en sus dos videoclips que forman parte de la muestra, pero este estilo se repite y evoluciona en su producción musical a lo largo de los años. En *Nanai* además utiliza un término propio del Caló para dar nombre a la canción y crear un estribillo con una negación absoluta.

El único tema incluido en esta investigación en la que su música refleja atisbos de flamenco es *Robocordones*. La base de este tema producido por DJ Rune es un sample de Las Grecas, dúo de flamenco-rock de los setenta. El tema original es *Qué bonito aquella noche*, y aunque se trate de un grupo madrileño la música se acerca al flamenco, propio de la cultura andaluza. Se incluyen además escalas frigias descendentes con la guitarra eléctrica del sevillano Javi Vegas, escalas también llamadas andaluzas.

Los datos obtenidos con esta investigación no pueden ser considerados determinantes ni concluyentes respecto a la música del Hip hop andaluz, pues se aleja del objeto de estudio. Como indicamos en el primer apartado de los resultados, consta que existe una producción musical mucho mayor a la audiovisual por parte de estos artistas y que debería tenerse en cuenta antes de tratar el tema.



De este modo, esta investigación invita a futuros estudios dirigidos exclusivamente al análisis musical del Hip hop hecho en Andalucía.

7.3.5.Las letras del rap andaluz

En mayor o menor medida, todos los raperos de Andalucía rapean en andaluz. El andaluz más que un dialecto es un conjunto de variedades dialectales: variedad oriental, variedad occidental y noreste, centro y sur. En las letras del rap aparece un andaluz estándar, con características comunes, sin grandes diferencias entre los artistas por su procedencia. Por ello mismo no encontramos seseo ni ceceo marcado. Zatu, por ejemplo, en los inicios de SFDK ceceaba, pero se ha alcanzado una especie de consenso y ya no hay artistas que pronuncien descaradamente la /s/ ni el sonido /z/. Los artistas más correctos en el habla son Elphomega y Quilate, pero aún así en algún momento en sus letras realizan ejecuciones propias del andaluz.

Aún sin ser una lengua reconocida y establecida, el andaluz está presente en las letras de Hip hop, ya que los artistas las escriben tal cual las cantan, ofreciendo una versión escrita. Los rasgos hallados más característicos son:

-Vocalismo propio del andaluz oriental: Aspiración y pérdida de la "-s" implosiva y final, alargando la vocal anterior para permitir la distinción entre el singular y el plural. "Despué", "Seguimo", "cosa asquerosa", "francés" en lugar de "franceses", "má"…

-Neutralización de la líquida implosiva "r": "Dejá", Matá".

-Acortamiento de palabras: "Pa" en lugar de "para", "Pallá" en vez de "para allá", "Pal" en lugar de "para el", "bro" en vez de "brother" o "cora" en lugar de "corazón".

-Apócope de la "d" final: "Verda".

-Pérdida de la "d" intervocálica de los participios: "Ta quedao", "Han inventao", "Me criao", "vestío",

"amarrá", "enajenao", "cortá", "arraigao", "pesá", "relajao".

-Caída de la "d" intervocálica: "ná", "lao", "to", "cuidao".

-Acompañamiento de artículos delante de nombres propios: "el Güei", "la Mercedes", "la Lola", "el Shotta", "La Maca", "el Nexxa"…

Cabe destacar el hecho de que públicamente se conoce a cada artista rapero por su apodo o A.K.A. (*Also Known As*), pero además este nombre se puede acortar en la mayoría de los casos. Así, Mala Rodríguez puede ser nombrada también como la Mala, o Tote King es el Tote.

En zonas de Andalucía occidental se ha perdido en las formas pronominales de segunda persona del plural la oposición del tratamiento de confianza (Vosotros tenéis) y el de cortesía (Ustedes tienen). Esto no sucede en los videoclips, donde el andaluz mantiene un uso correcto de las formas verbales. Se utiliza el tratamiento de cortesía para dirigirse al público, principalmente: "Por ustedes", "déjenlo", "veneren" o "no se preocupen".

En cuanto al léxico en general se utilizan muchos coloquialismos, pero a su vez se enriquece con términos provenientes de otras lenguas, sobre todo la lengua inglesa. Dentro del léxico coloquial, destaca el uso de vocativos como "tío", "killo", "compadre", "nena", "man", "prima", "lady", "bro", "compi"…

Del léxico inglés aparecen muchos terminos, gran parte de ellos están relacionados con la música: "Hardcore", "Underground", "made in", "OK", "high", "right", "Flow", "mic", "MC", "beats", "bloom", "track", "jet set", "chilling", "fire"… Sobre todo recurren a palabras de esta lengua Little Pepe y Shabu one Shant, Gordo Máster en algunos temas.

Encontramos además otros términos de otras lenguas en los distintos videoclips:

- Léxico del japonés: "Haraquiri", "Sen-sei"

- Léxico del Caló: "Nanai".



- Léxico del portugués: "muito obrigado".

Abundan también las onomatopeyas, como ocurre en el rap en general. Son palabras que reproducen sonidos típicos que los artistas utilizan en sus directos para llamar la atención del espectador mientras llevan el ritmo, como "Huh, huh", "ja, ja, ja", "yeah", "yeeeeh", "¡eh!", "Hou", "Ea"… Los artistas que más utilizan estos recursos rellenando espacios son Tote King, SFDK y Elhpomega.

En cuanto a la temática, pese a estudiar canciones de distintos artistas y diferentes años, hay una serie de temas que se repiten en las letras del Hip hop andaluz. Pocos son los artistas que escriben letras sobre un problema social andaluz. Destacan en este punto Mala Rodríguez y Tote King, aunque mientras la Mala concentra esos problemas en la sociedad andaluza, llegando a situar incluso el barrio concreto de La Paz de Sevilla en *La niña*, los temas que trata Tote son transpolables a toda la sociedad occidental.

Por otro lado gran parte de los vídeos se centran en la propia presentación del artista, siempre formando parte de su ciudad, o en la propia ciudad. En 14 de los 18 vídeos musicales analizados la ciudad adquiere relevancia, ya sea mediante el código espacial como anteriormente vimos o a través de la letra. Se establece un vínculo especial e irrompible entre el artista y su lugar de procedencia, que son a su vez los centros del Hip hop en Andalucía. Las letras de los distintos temas nos dan a entender que existe un claro sentimiento de identificación entre el artista y su ciudad. Diez de esos temas centran su letra en la ciudad, más del 50% de los vídeos de la muestra.

SFDK hace mención en todas sus letras a Sevilla de un modo u otro. En *El liricista en el tejado* el grupo se presenta desde la ciudad de Sevilla en el barrio donde se criaron, Pino Montano. El tema habla precisamente de la relación entre SFDK y Sevilla, "la ciudad respirando". En la letra, se muestra la negativa del grupo a renunciar a sus orígenes, con oraciones como "Sevilla no me deja" o "I love you Sevilla". Terminamos viendo el fuerte sentimiento de pertenencia al barrio cuando la letra dice "Pino Montano City, y yo viviendo fuera como un guiri, haraquiri". El artista transmite así sus ganas de morir si se sintiera como un extraño en el barrio donde se ha criado. Por esta misma la razón, lo lleva siempre consigo y no lo olvida.

El de *El Niño Güei* es un videoclip que describe a un personaje a través de la narración de algunas de las historias que le ocurren a éste. En los primeros versos el grupo lo dice bien claro: "El Niño Güei es un

producto made in Sevilla, pequeño héroe de barrio de pacotilla.”. Así se presenta el alter ego de Zatu, un personaje sevillano de barrio. Aunque la ciudad no es el centro de este tema, de nuevo encontramos una referencia al recuerdo infinito de la ciudad de Sevilla con la oración “donde vaya, Sevilla es mi toalla”.

SFDK ha creado un tema dedicado especialmente a Sevilla, dando nombre al título: *S.E.V.I.L.L.A.* Antes de empezar la letra, los samples dejan clara la procedencia del grupo: “Yo me criao aquí”. Tanto la expresión con las características del andaluz como su propio significado transmiten un sentimiento de pertenencia a la ciudad. En la letra, se hacen referencias históricas hablando de los tartesos, el rey Almutamid o el Cid. Describen también el clima y el relieve de Sevilla, indicando que es una ciudad de interior con río navegable y sus dos orillas diferentes. Con la letra destacan algunas zonas como Plaza España o el Aljarafe. Nombra a algunos artistas de Sevilla, como Reincidentes o Raimundo Amador, y habla de aquello que acontece en la ciudad. Con el estribillo, se sobreentiende que el grupo mantiene recuerdos de la ciudad, e invitan a quien escuche el tema a no abandonar su ciudad. Como en otras letras, SFDK muestra su amor a la tierra y sus ansias de retorno: “salgo pensando en volver”.

En el videoclip de *Bajo el mismo sol* se unen los sevillanos SFDK con el MC malagueño Little Pepe y el productor Niggaswimg. En lugar de ser un enfrentamiento, en la letra se expresa esta unión como un viaje “por el sur de la luna”. El sur une a los artistas de diferentes ciudades, es la palabra que hace referencia a Andalucía y con la que los raperos se identifican. Se encuentran “unidos bajo el mismo sol”. El sol es el elemento central que caracteriza al sur, a Andalucía. Define el clima cálido perteneciente a la zona. Ambos MCs hacen referencias a la unión entre las ciudades por el Hip hop y por la música: “Flor de cuna, de Hip hop, de Sevilla y Málaga”. La letra habla también de la gente del sur como gente amable, y la admiración del grupo por su gentileza. Hacen referencia directa al mar de Málaga y al Alamillo en Sevilla. Con una expresión muy andaluza se unen en este tema “el niño la Mercedes y el nieto de la Lola.”.

Otro sevillano que también ha querido crear un tema sobre su ciudad es Tote King. *Robocordones* es uno de sus últimos vídeos, un Lyric vídeo que muestra la letra del tema. Antes de empezar a rapear, el artista ya dirige la canción a su ciudad: “Sevilla escucha”. Desde el mismo lugar, el Tote se dispone a hacer como siempre su música, se presenta con “Sevilla de Fondo, leyenda en el micro.”. Tras los primeros versos de presentación, habla de la escena del Hip hop en Sevilla, nombrando a muchos artistas contemporáneos y haciendo alusión a los lugares de la ciudad donde se localizan: Coria, Tomares,



Villegas y el barrio de la Macarena. Como características de la ciudad, destaca de nuevo el clima de sol y calor, y nombra elementos típicos de la gastronomía sevillana como los caracoles o la hierbabuena. En definitiva, la canción hace un repaso por el Hip hop de Sevilla, y Tote identifica y agrupa a una serie de artistas que comenzaron a desarrollar el género en la ciudad bajo la "vieja escuela". Para él son el presente, pasado y futuro del Hip hop en la ciudad.

En el videoclip de Quilate, *En pie,* también la letra presenta un repaso a la carrera del artista, pero a nivel individual. No hay referencias directas a Granada, pero presenta el tema desde la propia ciudad gracias a la imagen. La letra trata sobre la situación de su carrera en el Hip hop y su continuidad, sigue luchando ya sea cantando o participando en el género de múltiples formas. El artista sigue en pie suponemos que en su ciudad, al decir "Yo sigo aquí" y mostrarse en Granada cantando.

Con respecto a la ciudad de Málaga, Jefe de la M y las agrupaciones que propone de raperos malagueños como Málaga Saga o M13Click son quienes más referencias hacen a la ciudad a través de las letras. Al igual que SFDK, el Jefe indica en *Materia Clásica* su barrio, La Colonia de Santa Inés, y muestra señas de no olvidarla: "me acuerdo men de La Colonia esté donde esté, ¡siempre!". De nuevo se observa el sentimiento de pertenencia al barrio y la continuidad de ese sentir. Se define a la ciudad haciendo referencias al sol y al calor, a la sal de su mar y a la "M, puro fuego y sazón". Little Pepe dice "Vengo de la Costa del Sol", aludiendo a Málaga como el centro de ese lugar. Málaga va a ser una ciudad que da fruto al trabajo de muchos artistas en el Hip hop, y este tipo de canciones intenta transmitir esta idea en sus letras.

En el videoclip del tema *La M vuelve a ser,* como el propio estribillo indica se reúne un grupo de raperos malagueños para representar a Málaga, definida en la letra como la "M" o el "13", símbolos ya estudiados. Se hacen numerosas referencias directas a Málaga, cada artista que participa en el tema la nombra de un modo u otro. El grupo se muestra a la defensiva, superior, como se entiende con mensajes como "la 13 te deja en shock", "si quieres más vuelve a Málaga, rap se hace así.", "apuesta al 13, que vuelven los jefes" o "si Málaga grita, tu corre, arrodíllate.". Todos los artistas forman Málaga Saga alaban el trabajo de Jefe de la M y su inversión para el desarrollo del Hip hop en la ciudad, y consideran que en Málaga se hace buen rap. Hay una expresión que dice "sólo de la M semo", utilizando la deformación andaluza del presente de indicativo para la segunda persona del plural. Esta expresión resume en gran parte ese sentimiento de identidad que se mantiene entre los artistas del Hip hop andaluz y su tierra.

Con *La sal de la M* se repiten algunos de los términos y referencias a Málaga en la letra. De nuevo, un grupo de artistas raperos malagueños se unen para traer "la sal de la M", "lírica pesá de la M". Esta vez en lugar de hablar de la Costa del Sol se habla de la Costa de la Luna, haciendo alusión a la ciudad por la noche y cómo la gente se divierte cuando se va la "flama", característica de la ciudad. El término "malaguitas" se utiliza como referencia a los artistas no sólo al ser malagueños, sino al sentirse malagueños. Todos se sienten parte de la ciudad, con ella se identifican y la llevan por bandera.

Por su parte, Gordo Máster también ha querido incluir en un disco un tema dedicado a Málaga, es *Málaga City.* La letra del tema describe a la ciudad como "templo del sol", hablando de sus lujos y su pobreza. Así, ya los tres primeros versos describen la situación social de Málaga. El artista se considera feliz al nacer en Málaga, y en ella quiere morir. Es un sentimiento similar al de los grandes poetas que a lo largo de la historia han sido exiliados, con la diferencia de que Gordo Máster hace su tema de Málaga desde Málaga para defender su ciudad. Ante las acusaciones sobre los vicios y lujos desmesurados, el Gordo quiere limpiar la imagen de la ciudad con este tema. Se considera a sí mismo "un malagueño soñador del Huelintown, por ti muero.". Huelin es el barrio donde se crió, y le une a él un sentimiento que le lleva a su continua defensa. En el estribillo se dirige directamente a Málaga como si fuese una segunda madre, algo grande a lo que ama, sintiendo la necesidad de invitar a todos a levantar la ciudad con el Hip hop. En *Agua pa beber* también se hace alguna referencia a la ciudad de Málaga, aunque en ese caso las hace el madrileño Langui. Nombra barrios de clase social baja como es Mangas Verdes y el plato más típico malagueño: el espeto.

En el caso del artista Elphomega, las referencias a la ciudad son más sutiles y no se muestra tanto el andaluz. En *Sol de sábado, lluvia de domingo* se intuye un sentimiento de arraigo a la ciudad como "un trozo de suelo", "un lazo" que le ata. Y se muestra también con la letra el deseo del regreso a su tierra con expresiones como "andas perdido en la ciudad de los claxons" o "Vuelve a casa soldado porque tú ya has acabado". Con *Suena fine* se hace la conexión entre Madrid y Málaga como un plan perfecto, destacando como características de Málaga el sol, el calor y el buen ambiente. Destacan las olas del mar, las jábegas, el sol y las casas de cal.

Finalmente, Juho dedica su único videoclip, *Hot Sun,* a la ciudad de Málaga y al sur en general, como su letra indica. Hace una descripción de la situación en la calle y referencias a la historia de Andalucía como "tierra de mil fantasías". De nuevo resaltan la luz, el mar y las montañas, el sol del sur y su



alegría, el propio título hace referencia a este aspecto. En su letra, Juho deja claro que es del sur y quiere permanecer en el sur, con su familia y amigos. Directamente dice “Sur, te quiero”. Junto con el videoclip del tema *Bajo el mismo sol,* son los únicos vídeos donde se aprecia un sentimiento de pertenencia y arraigo no a una ciudad en concreto, sino a todo el sur. Sur es equivalente a Andalucía dentro de España. La identificación se lleva al extremo con la oración “si yo fuese de otra parte ¡ser del sur sería mi sueño!”.

8.CONCLUSIONES

El videoclip es un formato aún sin definir que está en continua evolución. Su estética y las técnicas para su creación han ido variando de forma paralela a las nuevas tecnologías. Internet ha permitido la revolución de los formatos audiovisuales hasta el punto de que hoy en día si algo no está representado con la imagen en la red parece no existir. De hecho, para gran parte de la sociedad, que consulta como principal medio internet, no existiría.

Por su parte, la música Hip hop se ha trabajado en Andalucía a partir de los noventa. Poco a poco surgieron los primeros grupos, como SFDK en Sevilla o Hablando en Plata Squad en Málaga. Comenzaron publicando maquetas, participando en concursos y dando pequeños conciertos. Pero el género no ha tenido mucho apoyo por parte de la industria musical y sólo los grupos constantes han conseguido tras mucho trabajo y esfuerzo llegar al público. Aún hoy no hay muchas discográficas que apuesten por el Hip hop en España, y menos en el sur.

Por ello los mismos artistas, pioneros del género en Andalucía, han buscado ser independientes formando sus propios sellos discográficos y, posteriormente, han creado grandes productoras audiovisuales, cubriendo desde la creación de un tema musical hasta la edición del videoclip. De este modo encontramos hoy en Andalucía dos centros principales de producción de Hip hop: desde Málaga, con Jefe de la M, Soul Clap Media; y desde Sevilla, SFDK Records.

Es un género aún joven que no se había investigado hasta el momento. El primer videoclip del Hip hop andaluz del que queda constancia data de 2003, *El liricista en el tejado*. De ahí que los grupos cuenten con una mayor producción musical que audiovisual. Se suma a esto el hecho de que antes realizar un videoclip era más costoso para los grupos y sólo unos pocos se lo podían permitir, sacando un vídeo o dos por cada disco. Ahora los grupos andaluces pueden llegar a realizar tres o más vídeos por cada disco, con calidad profesional. Otro caso es el de artistas que han sido captados por grandes sellos discográficos. Así, Mala Rodríguez trabaja con Universal Music Spain y Tote King con Sony Music España.

Muchos de los artistas del rap andaluz son conocidos y reconocidos a nivel mundial: SFDK, Tote King, Mala Rodríguez, Little Pepe… Han realizado colaboraciones con artistas extranjeros y han hecho conciertos fuera de España. En esta investigación hemos tenido en cuenta la calidad de los artistas a

analizar, valorando sus premios, sus ventas y las visitas obtenidas a través de la web. La mayoría de los artistas que forman parte de la muestra han obtenido más de un millón de visitas en alguno de sus vídeos, SFDK y Mala Rodríguez alcanzan incluso más de cuatro millones en cada portal web: YouTube y Vevo.

Es incuestionable la calidad de los artistas analizados, así como de sus temas y videoclips. Su éxito nos asegura que sus trabajos llegan a un gran público variado, andaluz, nacional e internacional. Por tanto, los videoclips sirven como medio de promoción llegando a un amplio público mediante la televisión y por Internet.

Tras recopilar la información sobre el Hip hop andaluz y sus principales artistas y una vez hecho y valorado el análisis audiovisual de la muestra, se procede a concretar las conclusiones alcanzadas. Partimos para ello de los objetivos propuestos al comienzo del estudio, con el fin de verificar o rebatir las hipótesis planteadas en esta investigación.

1-Todos los artistas del Hip hop cantan y hacen sus letras en andaluz, en mayor o menor medida.

Es la única característica que se repite en todos los videoclips analizados, y perfila a su vez la principal seña de identidad. Todos los artistas del rap andaluz en todos sus vídeos y temas musicales no modifican su habla hacia el castellano. Hablan y cantan en andaluz, adoptando sus palabras a los versos y a las rimas, utilizando características y expresiones coloquiales andaluzas. Es un andaluz estándar, sin variedades apreciables ni grandes diferencias entre los artistas de la muestra. De este modo se contempla que si bien no existe una lengua oficial establecida en Andalucía, con sus normas, los andaluces reconocen que tienen una lengua propia y la utilizan.

Por otra parte, se observa que el hecho de utilizar el andaluz no está vinculado necesariamente a dirigirse al público andaluz. Estos artistas se dirigen a todo aquel a quien le guste el rap, independientemente de su procedencia. Puede observarse en el alcance que tienen algunos de ellos, reconocidos a nivel mundial. Este andaluz estándar es una lengua comprensible para la gran mayoría de españoles, no dificulta la comunicación.

Los raperos emplean la variedad andaluza de forma natural al comunicarse. Al utilizarla están demostrando cuál es su origen de forma abierta. Todo nos lleva a considerar el habla como la principal característica que define al ser andaluz y lo diferencia de los demás. Del mismo modo, el rap andaluz adopta la lengua andaluza como sello que lo identifica y distingue de otros artistas del género.

2-Andalucía domina la banda icónica en los videoclips.

Como hemos visto a lo largo del estudio, toda cultura se asienta en un lugar y tiempo determinados. En la mayoría de los vídeos observamos que el lugar es Andalucía. Los artistas utilizan en sus videoclips como principal localización su tierra. Es imposible mostrar Andalucía en su totalidad en la imagen de un vídeo. En el rap andaluz, los grupos en la mayoría de los casos deciden definir como código espacial la ciudad a la que pertenecen. Encontramos dos lugares principales, coincidentes con los centros emergentes del Hip hop en la comunidad: Málaga y Sevilla. Consta también la aparición del Hip hop en Granada, aunque aún hoy no tiene gran alcance. De hecho, sólo uno de los videoclips de la muestra es de un artista granadino, Quilate.

En general, y como ya se detalló en el apartado anterior, las ciudades se presentan en el videoclip a través de la imagen. Se muestran los elementos principales que definen a la ciudad, como monumentos y edificios históricos con los que el público puede situar la acción. Se recurre a la grabación con luz día de lugares exteriores, primando los planos generales y las panorámicas. Una vez reconocido el lugar, en numerosas ocasiones se muestran los barrios de procedencia de los artistas. Esto traslada al público a una visión más real de la vida en la ciudad, siendo testigo incluso de la vida en las zonas más marginales.

Los elementos naturales que caracterizan a Andalucía resaltan en los vídeos allí grabados. El agua es uno de ellos, y aparece en el mar formando olas o en el río como vía de navegación. Está presente como parte de la orografía característica del terreno. El sol, su luz y su calor también son definitorios del sur de España, y aparecen en la mayoría de los videoclips. La climatología resalta como característica esencial dentro de la cultura andaluza.

Coinciden los símbolos propios de la cultura andaluza indicados en el contexto de la investigación con

los que aparecen reflejados en los videoclips. En la banda imagen se observan elementos de la cultura fácilmente reconocibles. Aparecen en planos detalle o planos generales de poca duración.

El Hip hop andaluz aprovecha, por tanto, la capacidad de la imagen del videoclip para mostrar Andalucía hacia el exterior.

3-Aparecen numerosos símbolos que muestran la cultura tradicional andaluza y también la cultura Hip hop.

Los símbolos se muestran en el videoclip a través de la imagen, como hemos visto. El público puede reconocer símbolos propios de la cultura andaluza y también símbolos de la cultura Hip hop. De la cultura andaluza resaltan imágenes que evocan a la vida en Andalucía y a su tradición. Vemos así, por ejemplo, platos típicos de la gastronomía andaluza, el arte de la pesca o algunas costumbres de la vida cotidiana.

Entorno a la cultura Hip hop se ha creado todo un estilo visualmente reconocible, unificado a nivel internacional. Los artistas del Hip hop visten generalmente con ropas anchas, zapatillas deportivas y gorras de visera plana u otros accesorios como gafas de sol. Son elementos que forman el vestuario de todos los artistas masculinos del Hip hop andaluz.

Aparte, los propios artistas se identifican a sí mismos con algún símbolo o gesto creado para tal fin. Se utilizan los videoclips para mostrar estos símbolos. Forman parte del narcisismo característico del Hip hop, de lo que se llama “ego trip”. Pero a diferencia del rap americano, en Andalucía se han creado también símbolos no para representar a un único rapero, sino para identificar a ese rapero con su procedencia. Ocurre así en el caso especial de Málaga con todos los que forman parte de la escuela del Jefe de la M. Se reconocen bajo la “M” o el número “13”, y reproducen estos símbolos con las manos. Aquí se combina cultura andaluza y cultura Hip hop hasta el punto de no poder diferenciarlas.

Por otro lado, consta la existencia de letras de temas que tratan exclusivamente sobre elementos propios de la cultura andaluza, como la semana santa en *Devoto,* de Tote King. Sin embargo, no se han hallado

videoclips de esos temas, no se han podido incluir dentro de la muestra. Esto nos hace pensar que el rap andaluz no transmite la cultura andaluza sólo en los videoclips, sino que es algo ya inherente al género en Andalucía. Muchos temas de rap tratan sobre la realidad social, sobre una situación concreta de un lugar en un momento determinado, por lo que no es extraño encontrar referencias a la cultura andaluza en el Hip hop. Cultura andaluza y cultura Hip hop se unen y se presentan en numerosas manifestaciones.

Como estamos viendo, en muchos casos el videoclip es un formato en el que tienen cabida ambas culturas. En esta investigación se observa que las dos culturas coinciden y conviven de forma natural en un mismo contexto. Los raperos se identifican y mueven en relaciones sociales dentro de la cultura andaluza. En los videoclips se muestran estas relaciones cordiales, como se observa en los saludos, en las sonrisas y en las acciones que llevan a cabo los personajes. Aparecen en muchos videoclips reuniones de amigos, por lo que podemos considerar la amistad como un valor importante para ambas culturas.

En las relaciones sociales se presenta y se define al ser andaluz. Las reuniones que aparecen en los videoclips del rap andaluz giran en torno a una mesa o un parque público, donde los personajes comen, beben, fuman y se divierten, por lo general. Se aprovecha la aparición de estas acciones en cámara para mostrar algunos de los elementos típicos y diarios de la cultura andaluza, como la cerveza o los espetos.

En resumen, en el videoclip vemos símbolos de la cultura andaluza en las acciones cotidianas que llevan a cabo los raperos, por lo que entendemos que conviven con esta cultura y son afines a ella.

4-El videoclip del Hip hop andaluz mezcla tradición y modernidad.

El Hip hop, como hemos comprobado, es una cultura joven en Andalucía. Proviene además de América y se traslada hacia Europa y otros continentes con unas características y unos elementos ya definidos: rap, break y grafiti. La música rap surgió a partir de la mezcla de otros tipos de música. Es un género musical nuevo, híbrido, producto de una fusión que está en continua evolución.

La crisis de identidad existente en la sociedad occidental a causa de la globalización fue el punto de partida de la investigación. La cultura tradicional es una cultura minoritaria y alternativa a la dominante

impuesta por la globalización. Cada pueblo tiene sus propias características que lo definen e identifican. En el caso de Andalucía, las tradiciones se mantienen y se adaptan a los nuevos tiempos.

El Hip hop surge como un género moderno, también alternativo a la cultura dominante. Su aparición ha provocado todo un fenómeno en el que se mezcla la cultura propia o residual con las innovaciones propias del género. Por ello, en gran parte el Hip hop depende del lugar y la identidad bajo la que se construya. Se modifica y evoluciona por el uso de la tecnología y del espacio.

Frente a la homogeneización establecida en la cultura occidental y su consecuente crisis de identidad, el videoclip de Hip hop andaluz ofrece la unión de tradición y modernidad y resalta la identidad de un lugar y tiempo determinados: Andalucía hoy.

5-El videoclip de rap andaluz como documento histórico.

Aunque el Hip hop sea un género joven en España y en Andalucía, viene a representar una cultura alternativa que históricamente ha sido minoritaria. El nacimiento del Hip hop sirvió para que los jóvenes del Bronx, en Estados Unidos, hablasen de su propia realidad social como vía de escape o protesta. El Hip hop andaluz también busca ese objetivo, hablar sobre temas sociales de interés y acercar la realidad al público.

Para ello, el rap utiliza todos los medios a su alcance: la música, la voz y la palabra, y, cómo no, el videoclip. En la era de los medios de comunicación, gana importancia la imagen. El desarrollo de las nuevas tecnologías ha permitido una mayor producción pero también un mayor consumo de vídeos. Es importante para mantener el género en la actualidad aprovechar las capacidades del videoclip.

Hemos encontrado muestras de ambas culturas en todas las bandas de los vídeos, pero sobre todo en la icónica. Tal vez la imagen sea el modo más funcional de acercarse y permanecer en la memoria del público. Para conectar con el público, los artistas cantan mirando directamente a cámara, y también hacen referencias directas en sus letras con el uso del vocativo.

Para mostrar la realidad en el videoclip de Hip hop andaluz los agentes de la acción, el vestuario y el atrezzo nos sitúan siempre en un tiempo presente. Éste es otro modo de acercarse al público contemporáneo y compartir con él sus ideas. Podemos ver modificaciones del tiempo diegético del videoclip por su edición, pero la acción se mantiene en todos los vídeos analizados en la época presente.

Consideramos que el formato videoclip sirve, al igual que otras manifestaciones de arte, como testimonio histórico, mostrando la realidad de un momento y un lugar determinados.

6-La música se aleja de la tradición andaluza a favor del Hip hop.

La cultura Hip hop aparece reflejada en todo momento en los videoclips a través de la música. Es la banda sonora la que define al Hip hop, aunque lo encontramos también reflejado en las imágenes. Resaltan la figura del DJ y del productor frente a otros géneros, participando de forma activa con su aparición en el videoclip.

El rap se mantiene fiel a sus características primarias, transmitiéndose mediante sus ritmos y sus letras. A las bases instrumentales se les suma la percusión de bombo, caja y charles característica del rap, creando compases de cuatro por cuatro. Se añaden samples modificados por el DJ, quien hace turnstablism y enriquece algunos temas. La voz la pone un MC principalmente, doblándose a sí mismo para hacer los coros como refuerzo.

Desde este punto de vista, la música se aleja de la tradición andaluza. Esta tradición está vinculada al flamenco, aunque sea a su vez la música tradicional reconocida a nivel nacional. En el flamenco se utilizan instrumentos como la guitarra, el cajón y las castañuelas. Se acompaña a la percusión con el uso de las palmas o el taconeo propio del baile flamenco. Las voces son melódicas, hacen quejíos y giros, y en ocasiones hay coros con otras voces como acompañamiento.

En el videoclip de Hip hop andaluz hemos hallado imágenes de símbolos propios del flamenco, pero sólo en algunos casos se da la mezcla entre tradición y modernidad en la banda sonora. En *Robocordones* el tema se acerca al flamenco-rock de Las Grecas, al utilizar como sample una de sus canciones. En los



vídeos de *La niña* y *Nanai,* el canto de Mala Rodríguez también tiene tonos propios del flamenco.

En ocasiones la tradición puede aparecer en la banda sonora, pero consideramos que el rap andaluz en general se atiene a la cultura Hip hop para crear una rap auténtico y de calidad.

7-En el videoclip de Hip hop se define la identidad andaluza.

Como se ha descrito en el apartado anterior, el videoclip de Hip hop andaluz muestra la cultura andaluza desde las diferentes bandas y por lo tanto concreta la identidad andaluza. Hay dos características principales que conforman y definen esa identidad: el habla andaluza y la tierra.

El punto de partida para crear una identidad es el habla común. Si bien no hay una lengua andaluza única establecida, hemos observado cierta unificación del andaluz en los videoclips. Es además el nexo que une a todos los artistas, en mayor o menor medida, y los diferencia de otros de distinta procedencia. Todos los MCS rapean en andaluz, lo hacen conscientemente y de forma natural. Con todo, podemos decir que los raperos utilizan la lengua andaluza como sello de identidad, mostrando su origen con orgullo.

Por otro lado, se muestra Andalucía desde diferentes perspectivas, pero abunda la presentación del lugar, de la tierra. Como se ha dicho anteriormente, lo raperos se identifican con sus ciudades e incluso con sus barrios. Se agarran al lugar como parte importante de sus vidas. De hecho, en gran número de letras los MCs se dedican a resaltar las características de su ciudad o de Andalucía completa, como ocurre en *Hot Sun* y *Bajo el mismo sol.* En muchas de las letras analizadas se observan referencias a la tierra donde siempre ha vivido el cantante. Se consideran afortunados de vivir en el sur y alaban la historia y las raíces del lugar. Se interpreta con todo un sentimiento de arraigo, de identificación del grupo o artista con su tierra.

Aparte de estas dos características, todos y cada uno de los elementos que se presentan como símbolos de la cultura andaluza son manifestaciones de la identidad andaluza. Aparecen así las fiestas, las relaciones sociales, la climatología, los monumentos históricos y las costumbres. Sorprende ver que no tiene gran

peso en los videoclips analizados la religiosidad popular, y que las insignias definidas por Blas Infante para definir Andalucía se han dejado atrás.

En definitiva, no podemos hablar de nacionalismo andaluz, pero sí de regionalismo. Alejado de la política, aparece un sentimiento colectivo en el rap andaluz. Por una parte prevalece la importancia de la ciudad donde se ha criado la persona, y por otra se reconoce la integración de esa ciudad en el sur, en Andalucía. Se alcanza así un sentimiento de hermandad con los demás andaluces, con los que además comparten el habla. Hay una clara identidad diferenciada que se presenta y defiende en el videoclip de Hip hop andaluz.

Todas las conclusiones alcanzadas en la investigación nos llevan a considerar válida la hipótesis principal de partida. Tras el análisis de contenido y el análisis del discurso, hemos comprobado que las imágenes analizadas nos remiten a una memoria histórica colectiva, contando con símbolos de la identidad andaluza. Desde el punto de vista antropológico, el vídeo tiende a reforzar el proceso de producción de las imágenes de uno mismo y a reflejar el mundo que le rodea. Aunque no exista un andalucismo reconocido, en el videoclip de Hip hop andaluz la imagen y la palabra nos remiten a un marco de identidad andaluza. El rap utiliza el videoclip como medio de promoción, y está tan unido a la cultura andaluza que de forma natural la transmite y promociona. Gracias al alcance de algunos artistas, la cultura andaluza se da a conocer a nivel internacional.

En cuanto a las hipótesis secundarias, hemos comprobado que el videoclip como obra de arte sirve de testimonio de la sociedad andaluza. Los temas tratan en gran parte sobre la situación social de un lugar, y siempre hablan desde el tiempo presente. El videoclip de Hip hop andaluz es ejemplo de hibridación entre la tradición, lo autóctono, y la modernidad o globalización. Muestra una cultura popular que los medios de comunicación de masas no muestran, y sirve como modelo único de lo territorial. Tanto la cultura Hip hop como la cultura andaluza son minoritarias, y hacen frente a la crisis de identidad provocada por la globalización. En esa mezcla de las culturas, resalta en todo momento el sentimiento de pertenencia a la comunidad. Es indiscutible la existencia de identidad andaluza en el Hip hop andaluz.



En definitiva, el videoclip cumple su función principal como medio de promoción del grupo o artista, así

como difusión de un tema o disco. Muestra la imagen del grupo para darlo a conocer ante el público. A través de las letras, la música y la imagen, estos vídeos musicales también muestran de forma consciente la cultura andaluza. Se fusionan de un modo natural la cultura Hip hop y la cultura andaluza, siendo el reflejo de una sociedad en un momento determinado. Finalmente podemos decir que el videoclip es un formato que sirve como medio de promoción de Andalucía.

A raíz de la investigación surge una serie de preguntas que podrían dar lugar a estudios posteriores:

- Autoría:

¿Por qué estos autores o grupos musicales nos muestran Andalucía?

¿Qué productoras musicales y audiovisuales están tras ellos?

- Público:

¿Hasta qué punto el público reconoce las muestras de cultura andaluza? ¿Son perceptibles o pasan desapercibidas para ellos?

¿Cómo se ve reflejado el público en estos videoclips?

¿Se siente identificado un andaluz? ¿Y un extranjero?



9.FUENTES

9.1.Fuentes bibliográficas

AA.VV. (2002). *Diccionario de Hip-Hop y Rap afrolatinos. España, Italia, Portugal, Francia, Latinoamérica y África.* Madrid: Iberautor promociones culturales.

Adell, J. (1998). *La música en la era digital. La cultura de masas como simulacro.* Lleida: Milenio.

Aguilera, M., Adell, J.E. y Sedeño, A.M. (2008). *Comunicación y música I: Lenguaje y Medios.* Bercelona: UOC.

Aumont, J. y M. Marie (1990). *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.

Austerlitz, S. (2007). *Money for Nothing: A History of the Music Vídeo from the Beatles to the White Stripes* . Nueva York; London: Continuum.

Auserón, S. (1998). *La imagen sonora. Notas para una lectura filosófica de la nueva música popular.* Valencia: Episteme.

Balló, J. (2000). *Imágenes del silencio. Los motivos visuales en el cine.* Madrid: Anagrama.

Banks, J. (1996). *Monopoly televisión: MTV's Quest to Control the Music.* Boulder: Westvieuw Press.

Barroso, J. (1996). *Realización de los géneros televisivos.* Madrid: Síntesis.

Berman, M. (1988). *All That Is Solid Melts into Air: The Experience of Modernity.* Nueva York: Penguin.

Bernal, A. I. (2009). *Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes. Aproximación a un modelo ideal de medio.* Sevilla: Euroeditions.

Bohannan, P. (1996). *Para raros, nosotros. Introducción a la antropología cultural*. Madrid: Akal.





Brisset, D. (1996). *Los mensajes audiovisuales. Contribuciones a su análisis e interpretación.* Málaga: Universidad de Málaga.

Buquet, G. (2001). *La industria discográfica: reflejo tardío y dependencia del mercado internacional. Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España.* Barcelona: Gedisa.

Burnett, R. (1996). *The global Jukebox.* London: Routledge.

Bustamante, E. (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.

Calvet, G. (1982). *Lexique Psigane. Dialecte des Erlides de Sofía.* París: Publications Orientalistes de France, Institut National des Langues et Civilisations Orientales.

Casanovas, Á. (2002). *Los graffiti: un patrimonio inédito para el análisis de la historia de las mentalidades*. Teruel: Taller de Arqueología de Alcañiz.

Castells, M. (1995). *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional.* Madrid: Ed. Alianza.

Chion, M. (1993). La audiovisión. Barcelona: Ed. Paidós.

Chuck, D. (2001). *Fight the power. Rap, raza y realidad*. Barcelona: Numar.

Collins, R. (19989). The arab conquest of Spain: 710- 797. Cambridge: Basil Blackwell.

Cook, N. (1998). *Analyzing Musical Multimedia*. Oxford: Oxford University Press.

Cruz Hernández, M. (1985). *Historia del pensamiento en Al-andalus.* Sevilla: Ed. Andaluzas Unidas.

Dickinson, K. (2000). *Music Vídeo and Synaesthetic Possibility*. Brighton: University of Sussex.

Dominguez, A. (2002). *Andalucía ayer y hoy.* Málaga: Ed. Sarriá.

Duch, L. (2002). *Mito, interpretación y cultura. Aproximación a la logomítica*. Barcelona: Herder.

Durá, R. (1988). *Los vídeo-clips. Precedentes, orígenes y características.* Valencia. España: Servicio de publicaciones de la Universidad Politécnica de Valencia.

Durá, R. (1988). *Los videoclips: precedentes, orígenes y características.* Valencia: Universitat Politècnica de València.

Fiske, J. (1987). *Television Culture.* Londres: Routledge.

Frith, S., Goodwin, A. y Grossberg, L. (1993). Sound and vision: The Music video Reader. Londres: Routledge.

Forma, M. y Neal, M.A. (2004). *That's the joint! The Hip-Hop Studies Reader*. Nueva York- Londres: Murray.

Fossaert, R. (1977). *La sociedad. T.1. Una teoría general.* Paris: Seuil.

Fossaert, R. (1983). *La sociedad. T.6. Las estructuras ideológicas.* Paris: Seuil.

García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.* México: Grijalbo.

Giménez Montiel, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura Vol. I*. México: Conaculta.

Gebesmair, A. (ed.) (2002). *Global repertories. Popular music within and beyond the transnational music industry*. London: Ashgate.

Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas.* Barcelona: Gedisa.





Gilbert, J. y Pearson, E. (2003). *Cultura y políticas de la música dance. Disco, hip-hop, house, techno, drum'n'bass y garage.* Madrid: Paidós Ibérica.

Gilbert, J.y Pearson, E. (2003). *Cultura y políticas de la música dance: disco, hip hop , house, techno, drum'n'bas y garage* . Barcelona: Paidós.

Gombrich, E. H. (1998). *Arte e ilusión.* Madrid: Debate.

González Requena, J. y Ortiz de Zárate, A. (1995). *El espot publicitario: La metamorfosis del deseo.* Madrid: Cátedra.

Goodwin, A. (1993). *Dancing in the distraction factory*. Londres: Routledge.

Gramsci, A. (1981). *Cuadernos de la cárcel.* México: Ediciones Eras.

Grossberg, L. (1993). *The media economy of rock culture: cinema, postmodernity and authenticity. Sound and vision. The music vídeo reader.* London: Routledge.

Gubern, R. (1987). *La mirada opulenta*. Barcelona, Gustavo Gili.

Hart, R.P. (1997). *Modern rhetorical criticism.* (2nº ed.). Boston: Allyn and Bacon.

Hayward, P (1998). *Sound alliances: indigenous peoples, cultural politics, and popular music in the Pacific.* Indiana: Cassel.

Herzog, A., Beebe, R. y Middleton, J. (2007). *Medium Cool: Music Videos from Soundies to Cellphones*. USA: Duke UP Durham.

Holt, F. 2007. *Genre in popular music*. Chicago: University of Chicago Press.

Infante, B. (1982). *El ideal andaluz*. Sevilla: Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.





Jameson, F. (1991). *Postmodernism or the cultural logic of late capitalism.* Estados Unidos: Duke University Press.Trad. esp.: *Teoría de la postmodernidad*. Madrid: Trotta, 1996. Celia Montolío Nicholson y Ramón del Castillo, trads. Incluye: 1982, 1984a, 1984b, 1987.

Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture.* Londres: Routledge.

Johansson, O. y Bell, T. (1992). *Society and the Geography of Popular Music*. Londres: Ashgate.

Kaplan, A. (1988). *Postmodernism and its Discontents. Theories. Practices*. Londres: Verso.

Lagny, M.; Ropars-Wuilleurmier, M. y Sorlin, P. (1979). *La Révolution figure: Inscription de l'histoire et du politique dans un film.* Paris: Albatros.

Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.

López Ontiveros, A. (2003). *Geografía de Andalucía.* Córdoba: Ed. Ariel.

López, J.V. (2008). *Cuaderno de hip hop.* Valencia: Ecir.

Lull, J. (1987). *Popular Music and Communication.* California: Sage.

Lull, J. (1997). *Medios, comunicación, cultura.* Buenos Aires: Amorrortu ediciones.

Machado, A. (1882). *El Folk-lore Andaluz: Revista de cultura tradicional.* Sevilla: Fundación Antonio Machado.

Mandly, A. (1996). *Echar un revezo. Cultura: razón común en Andalucía.* Málaga: Ed. Diputación Provincial de Málaga.

Marco, E. (2007). *Manual de Hip Hop y Funk*. Barcelona: Paidrotibo.

Marcos, J. (2010). *Los tres elementos: una exposición para entender el hip hop*. Madrid: DL.





Marías, J. (1972). *Nuestra Andalucía y consideración de Cataluña.* Madrid: Ed. Revista de Occidente.

Marimón, J. (2014). *El montaje cinematográfico. Del guión a la pantalla*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.

Marques de Melo, J (2009). *Pensamiento comunicacional latinoamericano*. Sevilla-Zamora: Ed. Comunicación social.

Martín Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía.* México: Gustavo Gili.

Mc Quail. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas.* Barcelona: Ed. Paidós.

McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: New approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities.* Bloomington: Indiana University Press.

Middleton, R. (1999). *Reading Pop: Aproaches to Textual Analysis in Popular Cultura.* Nueva York: Oxford University Press.

Mithen, S. (2007). *Los neardentales cantaban rap: los orígenes de la música y el lenguaje.* Barcelona: Crítica.

Moreno, I. (2003). *Narrativa audiovisual publicitaria*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Olagüe, I. (2004). *La revolución islámica de occidente.* Córdoba: Plurabelle.

Domínguez Ortiz, A. (2002). *Andalucía ayer y hoy.* Málaga: Sarriá.

Palacios, L. (2005). *Córdoba y los cordobeses: señas de identidad.* Córdoba: Ed. Almuzara.

Panofsky, E. (1992). *Estudios sobre iconología.* Madrid: Alianza, XXI.





Peinado, R.G. (1983). *Cuadernos de estudios medievales. Vol. 8-13.* Granada: Universidad de Granada, Departamento de Historia medieval.

Peña, V. (1998). *El programa narrativo en el relato audiovisual*. Málaga: Universidad de Málaga.

Potter, R. A. (1995). *Spectacular Vernaculars: Hip-Hop and the Politics of Postmodernism.* USA: State University of New York Press, Albany.

Railton, D. y Watson, P. (2011). *Music Vídeo and the Politics of Representation*. Edimburgo: Edinburgh University Press.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.a ed.). Madrid: Autor.

Reguillo Cruz, R. (2001). *El Laberinto, el conjuro y la ventana. Itinerarios para mirar la ciudad*. México: ITESO.

Reyes, F. y El Chojín (2010). *RAP 25 años de rimas. Un recorrido por la historia del rap en España.* Madrid: Viceversa editorial.

Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture.* Londres: SAGE Publications. University of Abardeen.

Rodríguez Bravo, Á. (1998). *La dimensión sonora del lenguaje Audiovisual*. Barcelona, Paidós.

Saborit, J. (1988). *La imagen publicitaria en televisión.* Madrid: Ed. Cátedra.

Saxl, L. (1957). *La vida de las imágenes*. Madrid: Alianza.

Scholen, G. (2006). *Lenguaje y cábala.* Madrid: Siruela.

Sedeño Valdellós, A.M. (2002): *Lenguaje del videoclip*. Málaga: Universidad de Málaga.





Sexton, J. (2007). *Music, Sound and Multimedia: From the Live to the Virtual.* Edimburgo: Edimburg University Press.

Sorlin, P. (1985). *Sociología del cine. La apertura para la historia del mañana*. México: Fondo de cultura económica.

Stam, R. (2001). *Teorías del cine.* Barcelona:Paidós.

Stam, R. y Shohat, E. (2002). *Multiculturalimo, cine y medios de comunicación.* Barcelona: Paidós.

Strasburger, V.C (1995). *Adolescents and the media.* Thousand Oaks, CA: Sage

Strasburger, V.C. (1995). *Adolescents and the media.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Tunstall, J. (1977). *The media are American*. Nueva York: Columbia University Press.

Tylor, E. B. (1920). *Primitive culture.* Trad. Germán Hynes a partir de la segunda edición inglesa de 1873. Londres: Murray.

Vernallis, C. (2004). *Experiencing Music Videos*. Nueva York: Columbia University Press.

9.2.Fuentes hemerográficas

Allan, B. (1990). "Musical Cinema, Music Video, Music Television". *Film Quarterly,* vol. 43, nº.3, p. 2-14.

Arns, R. (1973)."The Form and Sense of Vídeo". *Artscanada,* octubre de 1973, p.15-24.

Atton, C. (2003). "Reshaping social movement media for a new millennium". *Social Movement Studies*, vol. 2, nº. 1, p. 3–15.

Aufderheide, P. (1986). "MusicVideos: The Look of the Sound". *Journal of Communication*, nº. 1, vol. 36.

Belloir, D. (1981). "Vidéo Art Explorations". *Cahiers du cinema*, Hors de Série.

Brea, J.L. (2000). "Transformaciones contemporáneas de la imagen-movimiento: postfotografía, postcinema, postmedia". *Acción Paralela,* nº 5.

Brown, J., Campbell, K. y Fischer, L. (1986). "American Adolescents and Music Videos: Why Do They Watch?". *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, vol. 37, nº. 1-2, p. 19-32.

Casau, G. (2012). "La lección de anatomía del videoclip". *Transit*. Disponible en: http://cinentransit.com/la-leccion-de-anatomia-del-videoclip/

Castells, M. (2008). "The new public sphere: global civil society, communication net-works and global governance". *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 616, p. 78–93.

Cruz Hernández, M. (1979). "Las razones de la "nación" andaluza". *El País*, domingo 14 de octubre de 1979.

Cuenca, J. (2008). "Identidades sociales en jóvenes de sectores populares: Aproximaciones a un grupo de raperos". *Culturales*, año 4, vol. 7, p. 7-42.

G. Donaire (2008). "Quilate rinde tributo al 'hip hop' andaluz". *El País*. Viernes 14 de noviembre de 2008.

Gaudreault, A. y Marion, P. (2002). "The Cinema as a Model for the Genealogy of Media". *Convergence*, 8/4, p. 12-18 .

Gené González, M. (2009). "Shred en la red". Observatorio de Prácticas musicales Emergentes. Disponible en: http://observatorio°©-musica.blogspot.com/2009/06/shred-°©-en-°©-la-°©-red.html



González Alcantud, J.A. (1992). "Andalucía: invención del país y realidad etnográfica". *Historia y fuente oral*, nº. 8, p. 7-24.

Leavitt, A. (2010). "The transmedia potential of music vídeo, Part 1." *The Band. FoE (Future of Entertainment),* marzo. Disponible en: http://www.convergenceculture.org/weblog/2010/03/the_transmedia_potential_of_so.php

Lena, J.F. (2008). "Voyeurism and Resistance in Rap Music Vídeos". *Communication and the Critical/Cultural Studies 5,* nº.3, p. 264-279.

Lévi-Strauss, C. (1968). "Introducción à l'oeuvre de Marcel Mauss". *Mauss, M. Sociologie et Anthropologie.*

Levin, E. (2002). "Ruido visual". Disponible en: http://www.iztapalapa.uam.mx./iztapala.www/topodrilo/38/td38_09.html

Lowood, H. (2011). "A 'Different Technical Approach'? Introduction to the Special Issue on Machinima". *Journal of Visual Culture,* nº. 10 (1), p. 3-5.

Martin Arias, L. (1988). "Apuntes sobre algunos problemas teóricos del análisis textual fílmico". *Cuadernos cinematográficos.*

Mercader, A. (2003). "Cómo algunas consideraciones sobre la génesis y renovación de la producción y la realización audiovisual pueden hacernos cambiar planteamientos en la articulación del vídeoarte (1956-1994)". *Monocanal*, p.59.

Moreno, I. (1983). "Identidad cultural y dependencia: orígenes, bases, bloqueos y desarrollo del nacionalismo andaluz". *Nación Andaluza,* Noviembre 1983.

Odin, R. (1988) "Du spectateur fictionalisant au nouveau spectateur: approche sémio-pragmatique". *Iris,* nº. 8.



Pérez, J.M. y San Martín, J. (1995). "Vender algo más que unos vaqueros. Publicidad y educación en valores". *Comunicar,* nº. 5, p. 21-28.

Pérez-Yarza, M. (1997). "La astuta serpiente. Análisis de un vídeo-musical", *Semiosfera* 6/7, p. 73.

Quitzow, R. (2005). "Lejos de NYC: el hip hop en Chile". Traducción de Diego Campos *Bifurcaciones: Revista de estudios culturales urbanos*, nº 2.

Reyes, F. (2007). "Hip hop, graffiti, break, rap, jóvenes y cultura urbana". *Revista de Estudios de Juventud*, nº. 78, p. 125-140.

Reyes, F. (2012). "Graffiti ¿arte o vandalismo?". *Pensar la publicidad: revista internacional de investigaciones publicitarias,* nº. 3, p. 53.

Reyes, F. y Vigara A.M. (1996). "Graffiti y pintadas en Madrid: arte, lenguaje, comunicación". *Comunicación y cultura juvenil* / coord. por Milagros Arizmendi Martínez, Antonio Ubach, Paloma Losada, Rebeca Quintans, David Sánchez, p. 477-516.

Reyes, F. y Vigara A.M. (2002). "Graffiti, pintadas y hip-hop en España". *Comunicación y cultura juvenil* / coord. por Félix Rodríguez, p. 169-218.

S. Wickert (2012). "Sevilla, capital europea del hip hop". *Multikulti on the Ground 2011-2012.* Serie de reportajes disponible en 2012 en: http: www.cafebabel.com

Schwichtenberg, C. (1992). Music vídeo: The popular pleasures of visual music. In J. Lull (Ed.), *Popular music and communication,* 2ª ed, p. 116-133.

Sedeño Valdellós, A.M. (2006): "Estética del videoclip musical: el formato neobarroco" en *Dosdoce, revista de comunicación arte y literatura*. Disponible en: http://www.dosdoce.com/continguts/articulosOpinion/vistaSola_cas.php?ID=59

Sedeño Valdellós, A.M. (2006): "Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias





internacionales". *Ciencias Sociales Online*, vol. III, nº. 1, p.404.

Sedeño Valdellós, A.M. (2007). "El videoclip como mercanarrativa". *Revista de la Asociación Española de Semiótica*, nº. 16, p. 493-504.

Sedeño Valdellós, A.M. (2007): "Narración y descripción en el videoclip musical". *Razón y Palabra,* nº56. Disponible en: http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n56/asedeno.html

Sedeño Valdellós, A.M. (2009): "El videoclip musical en el contexto del lenguaje audiovisual". *Historia, estética e iconografía del videoclip musical.*

Sedeño, A. (2012). "Producción social de videoclip. Fenómeno fandom y vídeomusical en crisis". *Comunicación*, nº 10, vol. 1, p. 1224-1235.

Selva Ruiz, D. (2012): "La difusión del videoclip a través de Internet" en Revista Telos, nº 90 (Enero-Marzo 2012). Disponible en: http://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/REVISTA/Perspectivas_90TELOS_PERSPECT3/seccion=1236&idioma=es_ES&id=2012020211040001&activo=7.do

Selva Ruiz, D. (2012): "La visualización de la música en el videoclip". *Ámbitos*, nº21, p. 101-115.

Sotorrío, R. (2014). "Foyone, el rapero reptiliano". Diario *Sur*, sección de *Culturas,* 11 noviembre 2014. Disponible en: http://www.diariosur.es/culturas/musica/201411/11/foyone-rapero-reptiliano-20141110212214.html

Tajfel, H. y Claude, J. citado por Jean Claude Deschamps y Thierry Devos, "Relaciones entre identidad social e identidad personal", en José Francisco Morales, Darío Páez, Jean Claude Deschamps y Stephen Worchel (eds.), *Identidad social. Aproximaciones psicosociales a los grupos y a las relaciones entre grupos,* p. 39-55.

Transmithology (2010). "The Rebirth for the music video-And why transmedia should care". *Transmithology Digital storytelling, Audience engagement & The evolving Business of Entertainment*.

24 octubre 2010. Disponible en: http://transmythology.com/2010/10/24/the-rebirth-of-the-music-vídeo-and-why-transmedia-should-care/

Trigo, J.M. (1989). "El habla andaluza: aspectos sociolingüísticos y didácticos". *Tavira: Revista de ciencias de la educación*, nº6, p. 65-78.

Vernier, J.M. (1986). "L'image pulsation". Revue d'*Esthétique,* nº10.

Walker, G.B., & Bender, M.A. (1994). "Is it more than rock and roll?: Considering music vídeo as argument". *Argumentation and Advocacy,* nº. 31, p. 64-79.

Weibel, P. (1987). "Videos musicales: Del *vaudeville* al *videoville*". *Telos*, nº. 11.

9.3.Tesis doctorales

Borges Rey, E. (2012). *La nueva convergencia de la música digital. Imaginarios y consumo emergente*. Tesis Doctoral en Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Sedeño Valdellós, A.M. (2003): *Realización audiovisual y creación de sentido en la música: el caso del videoclip musical de Nuevo Flamenco.* Tesis doctoral. Universidad de Málaga.

Selva Ruiz, D. (2009): *El videoclip como herramienta de comunicación comercial del sector fonográfico*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla.

Mahon, M. (2000): *The visible evidence of cultural producers.* Tesis doctoral. Departamento de Antropología, Universidad de Califorania, Los Ángeles.

Pascual Galbis, P. (Julio de 2011) Lo monstruoso en los vídeos musicales de Floria Sigismondi y Chris Cunningham en los años noventa (1993-1999). Dirigida por Dr. Miguel Molina Alarcón. Valencia. Ed:





Universitat Politècnica de València

Wichman Strand, J. (Julio de 2006). THE CINESTHETIC MONTAGE OF MUSIC-VÍDEO: Hearing the Image and Seeing the Sound. Ed: MCA in Screen Arts. Submitted to the Department of Media and Information. Faculty of Media, Society and Culture, Curtin University of Technology.

9.4.Ponencias

Gubern, R. (2006). Ponencia expuesta en el "I Seminario, Historia del arte y creación mediática"*: Historia y estética del videoclip musical,* Universidad de Málaga, Marzo del 2006.

9.5.Fuentes electrónicas

Hemeroteca de *El País*: http://www.elpais.com/archivo/hemeroteca.html

Revista mensual *Hip Hop LIfe:* http://hiphoplifemag.es/

Revista mensual *XXL Magazine*: http://www.xxlmag.com/

Revista on-line *HHGroups*: http://www.hhgroups.com/

Revista on-line *RW Hip Hop:* http://www.rwhiphop.com/

Revista on-line *Versos Perfectos*: http://versosperfectos.com/

Youtube: http://youtube.com/

Vevo: http: www.vevo.com/





BOA Music: http://www.boamusica.com/

Universal Music: http://www.universalmusic.es

Sony Music: http://www.sonymusic.es/

Página oficial de SFDK: http://www.sfdkoficial.com/sfdk/

Página oficial de Mala Rodríguez: http://malaRodríguez.com/

Página oficial de Hablando en Plata: http://www.hablandoenplata.com/

Página oficial de Tote King: http://www.toterreno.es/

Página oficial de Gordo Máster: http://gordomaster.es/

Página oficial de Juaninacka: http://juaninacka.org/

9.6.Fuentes vídeográficas

Capaz. *Cava dos tumbas* (2010). El último cigarro

Done ft Young Sin y Juho. *Snack the ripper* (2010). Fear of a Snak Planet

Elphomega. *Doppelgänger* (2012). Phamtom pop



Elphomega. *MK Ultra* (El Testimonio Libra Titles) (2007). El Testimonio Libra

Elphomega. *Sol de Sábado, lluvia de Domingo* (2011). Phamtom pop



Gordo Master, Little Pepe y Juho. *Puro Style* (2015). SUMMERTIME The Mixtape

Gordo Master, Little Pepe, G.Flako, Salvi Pérez, El Mono, Big Weiler y Kiko Nieto. *7ROUNDS* (2015).

Gordo Master. *Agua pá beber* (con Langui) (2012). El intocable

Gordo Master. *All 4 da money* (2010). Málaga está

Gordo Master. *Coloco mi sello* (2013). Las 13 Técnicas del Maestro

Gordo Master. *Directo de HuelinTown* (2012). 90's Flavor

Gordo Master. *El camino del guerrero* (2013). Las 13 Técnicas del Maestro

Gordo Master. *El intocable* (2011). El intocable

Gordo Master. *Fly High* (2014).

Gordo Master. *Hoy no me puede faltar* (2012). Raíces y asfalto

Gordo Master. *Los foragidos* (con La Excepción) (2013). Las 13 Técnicas del Maestro

Gordo Master. *Málaga City* (2012). Mi puerta

Gordo Master. *Música en el alma* (2012)

Gordo Master. *Respeto* (2006). Mi puerta

Gordo Master. *Son 39* (2014).

Gordo Master. *Takinova* (con Ijah) (2006). Mi puerta

Hablando en Plata Squad *La muerte de la mañana* (2011). Libertad / hambre

Hablando en Plata Squad. *El castigo de los débiles* (2009). Libertad / hambre

Hablando en Plata Squad. *Reyes Del Horrorcore* (2006). Supervillanos de alquiler

Hablando En Plata Squad. *Hablando En Plata Squad* (2010). La división de la victoria

Hijo Pródigo y Juho. *Sangre en cada renglón* (2014). A.I.S.P.

Jefe de la M. *La M vuelve a ser* (M13 Click) (2010). Málaga Saga

Jefe de la M. *La sal de la M* (No hay más ná) (2011).

Jefe de la M. *Lo máximo* (2014). El retorno del dragón

Jefe de la M. *Materia clásica* (con Little Pepe) (2009). DPS

Jefe de la M. *No he venido a jugar* (2011). No he venido a jugar

Jefe de la M. Sé que puedo hacerlo (2014). DPS 2.0

Juaninacka. *Barras de destrucción masiva* (2013). M.I.L.F.

Juaninacka. *El lenguaje del corazón* (2011). Hellboyz

Juaninacka. *Esperando el golpe de suerte* (2012). Hellboyz

Juaninacka. *Esto es un atraco* (Making of) (2011). Hellboyz

Juaninacka. *Éxodo* (2015). Éxodo



Juaninacka. *Fe* (2009). 41100 Rock

Juaninacka. *Hellboyz* (2011). Hellboyz

Juaninacka. *Hoy* (2006). Luces de neón

Juaninacka. *Una Mirada A Mi Alrededor* (2003). Versión EP

Juho. *Hot sun* (con Shabu One Shant) (2010). Soldier

Keyo ft Spanish fly, Juho y Jefe de la M. *Negocios que atender* (2010). BELLVM

Keyo, Juho y Nako13. *Somos ná* (2013). Sin Rap Soy Nada

Little Pepe, Shabu, Ijah y Juho. *Hola mi amor* (remix) (2013). Welcome to Málaga

Mala juntera. *Flava* (2013). Cracks

Mala juntera. *Suena ha!* (2013). Cracks

Mala juntera. *Tú eres para mí* (2013). Cracks

Mala juntera. *Tengo una pena* (2014). Cracks.

Mala Rodríguez. *33* (2013). Bruja

Mala Rodríguez. *Egoísta* (2015).

Mala Rodríguez. *Jugadoras, Jugadores* (2003). Alevosía

Mala Rodríguez. *La niña* (2003). Alevosía





Mala Rodríguez. *Lluvia* (2014). Bruja

Mala Rodríguez. *Nanai* (2007). Malamarismo

Mala Rodríguez. *Nene (*2013). Dirty bailarina

Mala Rodríguez. *No pidas perdón* (2010). Dirty bailarina

Mala Rodríguez. *Por la noche* (2006). Por la noche

Mala Rodríguez. *Quién manda* (2014). Bruja

Mala Rodríguez. *Tengo un trato* (2008). Lujo ibérico

Mala Rodríguez. *Un corazón* (2010). Dirty bailarina

Mala Rodríguez. *Volveré* (2009). Malamarismo

Pinnacle Rockers y Juho. *Nada cambia.* (2009).

Quilate. *Dame amor* (2011). Estamos en el aire

Quilate. *En pie* (con Little Pepe) (2012). Estamos en el aire

Quilate. *Fiel Al Juego* (2006). Fiel Al Juego

Quilate. *Vivos* (con Aqeel) (2008). Alma libre

Rayka. *Métricas Diabólicas* (Feat. Sicario) (2009). Fragmentos

Rayka. *TCB 1989* (The Criminal Boyz) (2012). Fragmentos





Rook Jack, Shabu y Juho. *Rock Harda* (2014). Rook

SFDK. *Bajo el mismo sol* (con Little Pepe) (2015). Sin miedo a vivir

SFDK. *Blondapetit* (con Swan Fyahbwoy y Gordo Master) (2012). Lista de invitados

SFDK. Creencias personales (con Zeropositivo) (2012). Lista de invitados

SFDK. *Curro y sacrificio* (con Darmo - Colabora Alba) (2012). Lista de invitados

SFDK. *Donde tengo que estar* (con Baroe, Jefe de la M, Xcese y Cortesano) Lista de invitados

SFDK. *El Liricista En El Tejado* (2003). 2001: Odisea en el lodo. SFDK

SFDK. *El Niño Güei* (2007). 2005

SFDK. *Ellos van a ver* (con Kafu Banton) (2012). Lista de invitados

SFDK. *Está to feo* (con Rapsusklei) (2012). Lista de invitados

SFDK. *Flow del 15* (con Capaz) (2012). Lista de invitados

SFDK. *Fucking real* (con El Limite) (2013). Lista de invitados

SFDK. *La calle está candela* (con La Excepcion y Little Pepe) (2012). Lista de invitados

SFDK. *La Hora Del Matarife* (2009) Los veteranos

SFDK. *Lo intenté* (2014). Sin miedo a vivir

SFDK. *Los peliculistas 2* (2010). Siempre fuertes 2



SFDK. *Misión buscar y destruir* (con Duo Kie y El Chojin) (2011). Lista de invitados

SFDK. *Pruébalo* (2009). Los veteranos.

SFDK. *Que te le juma* (Parte 2) (Remix) (2011). Siempre fuertes 2

SFDK. *S.E.V.I.L.L.A* (2009). Siempre fuertes 2

SFDK. *Saluda al capitán* (con El Chobbi) (2011). Lista de invitados

SFDK. *Sin miedo a vivir* (2015). Sin miedo a vivir

SFDK. *Todo lo que importa* (con Fyahbwoy) (2015). Sin miedo a vivir

Shabu y Juho. *Luz de luna* (2012). La cura

Sicario y Hazhe. *Antimateria* (con Little Pepe y Shabu One Shant) (2010). Sicario y Hazhe

Tosko, Lasai y Juho. *Anywhere we go* (2013).

Tote King y Shotta. *Mi política* (2012). Mi política

Tote King. *Ahora vivo de esto* (2009). T.O.T.E.

Tote King. Al rojo vivo (2009). Un tipo cualquiera +

Tote King. *Mentiras* (2009). Un tipo cualquiera +

Tote King. *Ni de ellos ni de ellas* (directo) (2010). Un tipo cualquiera +

Tote King. *Redes sociales* (2011). El lado oscuro de Gandhi





Tote King. *Robocordones* (2015). 78

Tote King. *Ya lo creo* (2011). El lado oscuro de Gandhi

Tote King. *Ya no me enfado* (con Andreas Lutz) (2015). 78

Zarman y Elphomega. *Suena fine* (2013). ONE

Zatu, Little, Legendario. *Welcome to Guadalajara* (2012).

Zatu. *Malviviendo* (2014).

9.7.Otros recursos audiovisuales

Abrisqueta, G. (2011). *Madrid Rap.* Madrid: Altavoz Films.

Ponce, J.J. (2005). *Sevilla City.* Sevilla: Sidiali Producciones.

SFDK. (2008). *Black Book. SFDK.* Sevilla: SFDK Records.

Stewart, R. (2006).*Beat Kings: The History of Hip Hop*. United States: Ray Stewart, NTZ.

10.ANEXOS

10.1.Discografía y vídeografía consultada

Para delimitar el universo objeto de estudio, resultó necesario concretar la vídeografía de cada uno de los artistas más relevantes del Hip hop en Andalucía. Para llegar a este conocimiento, se hizo una investigación a raíz de la discografía de cada grupo o artista. Realizando una búsqueda a través de la red de cada uno de los temas y su contenido audiovisual correpondiente, se logró definir la vídeografía existente. Con este apartado se recoge y reúne la información sobre los discos y videoclips creados por artistas del Hip hop andaluz.

A continuación, aparecen ordenados los discos publicados por cada artista de interés para esta investigación. Este orden se atiene al año de publicación, ofreciendo también datos sobre el tipo de disco y la discográfica. Además, se definen los temas que forman el tracklist de cada uno de estos discos, nombrando a los productores en caso de exitir información al respecto. Dentro del tracklist, resaltan con negrita aquellos temas que han dado lugar a vídeos musicales.

Una vez hecho el visionado de todos los vídeos, el investigador señaló dentro de la vídeografía con un asterisco aquellos temas que forman parte de la muestra, indicando también su año de publicación.

Como trabajo de compilación, esta investigación ofrece y ordena a continuación la información sobre el universo y la muestra, en definitiva, la discografía y vídeografía de cada una serie de artistas de Hip hop andaluz.



Discografía y vídeografía de SFDK

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
Sevilla Kranz (EP, 1993)	1. Modas son las que van y viene 2. La vida son problemas 3. La cazadora 4. Yo soy el cabrón (con Loren Gámez) 5. El despreocupado 6. Póntelo, pónselo 7. Instituto de Bup en Pinomontano 8. Racismo	
Llámalo como quieras (CDM, 1997- Zeroporsiento)	1. Llámalo Como Lo Quieras 2. Llámalo Como Quieras (Instrumental) 3. Llámalo Como Lo Quieras (A Pelo) 4. Esto Va En Serio 5. Esto Va En Serio (Instrumental) 6. El Primer Asalto, La Patrulla Estilo (Con Nerviozzo & Nach)	

Siempre fuertes (LP, Zona Bruta, 1999)	1. Introdución Al Prodigio 2. 1 Cada 20 3. A mí no me lo cuentes (Con Kase O) 4. Nacido En El Asfalto 5. Oscar Domina 6. Así Te Talo Así Te Podo 7. Intermedio 8. El Ingeniero 9. Una De Piratas (Con La Mala) 10. Pánico (con La Gota Que Colma) 11. Demasiados Micrófonos Y Corazones vacíos 12. Carisma (con Frank-T) 13. Desde Pino Montano Hasta Los Vestuarios (con Ose) 14. Pisotones De Un Siempre Fuerte 15. Outro	Acción Sánchez Frank T SFDK, Moro Acción Sánchez — Frank T Acción Sánchez Acción Sánchez Sr. T Cee Acción Sánchez — — Moro Frank T Acción Sánchez
Desde los chiqueros (LP, Zona Bruta, 2000)	1. Intro 2. La Drina 3. Desde Los Chiqueros 4. Fuera De Lugar (Con Sandra Saenz) 5. Mal Día 6. Rap Romántico (Con Juaninacka) 7. Las Vocales 8. Querer Es Poder 9. 3 Hombres Y Un Destino (con Tote King) 10. Ahora Yo Les Traigo El Sabor 11. Yo Y Mi Técnica 12. Seguimos En Línea (Con Violadores del verso) 13. Interludio 14. 41.008 (Nivel Pino Montano) 15. Microphone Fenomeno 16. El Perro Anda Suelto 17. Desde Sevilla Hasta Tu Tierra (Con Miguelli Sanz) 18. La 4ª Sinfonía (Con Ose e Inma) 19. El Diablo De Alma Buena	Moro SFDK, Goriot Acción Sánchez, Goriot Acción Sánchez, Goriot Acción Sánchez, Goriot SFDK, Goriot +Graves Jefe De La M Jefe De La M SFDK, Goriot Acción Sánchez R De Rumba — SFDK, Goriot Goriot Jefe De La M Acción Sánchez, Moro Zatu, Moro Acción Sánchez



2001 Odisea en el lodo (LP, Zona Bruta 2003)	1. Intro	Acción Sánchez
	2. Al Filo (Con Juaninacka & Promoe)	Acción Sánchez
	3. Next Level	Acción Sánchez
	4. ¿Donde Está Wifly?	Acción Sánchez
	5. El Doctor	Jefe De La M
	6. **El Liricista En El Tejado (2003)***	Big Hozone
	7. Esta Canción Va Dedicada...	Acción Sánchez
	8. Que Te Lo Jumah!	Acción Sánchez
	9. Desafio Total (Con Capaz Fernandez)	Acción Sánchez
	10. ¿A Dónde Van?	Acción Sánchez
	11. Duelo de Vikingos (con Promoe)	Jefe De La M
	12. Yo Contra Todos	Jefe De La M
	13. Interludio (Niko)	—
	14. Fuera Cuantos Miran Por Mi (con El Puto Largo)	Jefe De La M
	15. Despedida Y Cierre (Que Os Follen)	Acción Sánchez
Después de... (CDM, SFDK Records, 2004)	1. Después de...	Acción Sánchez
	2. Los Peliculistas	Acción Sánchez
	3. Xxtra	Acción Sánchez
	4. Después de... (Instrumental)	Acción Sánchez
	5. Los peliculistas (Instrumental)	Acción Sánchez
	6. Xxtra (Instrumental)	Acción Sánchez
2005 (LP, SFDK Records, 2005)	1. Intro	Acción Sánchez
	2. 2005	Acción Sánchez
	3. Diana Fácil	Acción Sánchez
	4. Bailes De Salón (Colabora Juaninacka)	Big Hozone
	5. ¿Yo Que Hago Aquí? (Colabora Jefe De La M)	Acción Sánchez
	6. $ + € (Con Tote King)	Acción Sánchez
	7. La Habitación Que Mas Me Gusta De Mi Keli	Acción Sánchez
	8. Interludio	Acción Sánchez
	9. **El Niño Güei (2007)***	Acción Sánchez
	10. En La Oscuridad (Con Legendario)	Big Hozone
	11. Ojos Tristes	Hazhe
	12. No Eres Feo Ni Ná	Acción Sánchez
	13. Esta Canción Va Dedicada... (Con Morodo)	Jefe De La M
	14. Abuchea!!	Acción Sánchez
	15. Fumar Cagando	Acción Sánchez
	16. Hoy No... (Con el Puto Loko De H Mafia)	Jefe De La M
	17. Crossover	Acción Sánchez

Original Rap University (CDM, SFDK Records, 2006)	1. Original rap 2. Ternera podrida (con Shotta) 3. No hay color 4. Original rap (Remix) 5. Original rap (Instrumental) 6. Ternera podrida (Instrumental) 7. No hay color (Instrumental) 8. Original rap (Remix Instrumental)	Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez
Los veteranos (LP, SFDK Records, 2007)	1. Intro 07 2. La Exaltacion Del Yo 3. **Pruébalo** 4. Mi Nombre Es Rap 5. Yo Creo 6. Hablando De Nada 7. Diario De Hotel 8. Phantom 9. **La Hora Del Matarife** 10. Nauseas 11. Suckers MC's 2007 12. Intermedio 13. El Umbral (con A.D.Green) 14. Esclavos 15. R.I.P.	Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez
Siempre fuertes 2 (LP, SFDK Records, 2009)	1. Crisis 2. **S.E.V.I.L.L.A (2009)*** 3. 30 4. No (con Chukky) 5. La de los niños 6. El séquito 7. **Los peliculistas 2** 8. Nuevo 9. Seguimos Fuertes (con Jefe De la M) 10. V.S. 11. Vívelo (con Pinnacle Rockers) 12. Hablando 13. Hip-Hop (con Legendario) 14. **Que te le juma (Parte 2) (Remix)** 15. Fruta variada (con Halberto El Chef y Yoque) 16. Él (con Jefe de la M y All Day Green) (Remix) (2011) 17. El sargento	Symbolyc One Symbolyc One Acción Sánchez Cookin' Soul Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez, Hazhe Jefe De La M Cookin' Soul Jefe De La M Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Hazhe





Tesoros y caras B (MX, SFDK Records, 2010)	1. Intro Pompike 2. 666 3. Furia de titanes (con Legendario) 4. Sevilla - Parte 2 5. Freestyle - Parte 1 6. Pino Montano (con Puto Largo) 7. Ladridos 8. Etapas (con Halberto El Cheff) 9. Lo intento 10. Retrospecte (con All Day) 11. Fruta variada - Energy remix (Yoque y Halberto El Cheff) 12. Nunca se pierde (con Jefe de la M) 13. Él (Versión original) 14. Que te lo jumah - Parte 2 (Versión original) 15. Acento 16. Esos días 17. Freestyle - Parte 2 18. TV (con Lorena) 19. Algunos hombres buenos	Baghira Jefe de la M Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez, JefeM M. Phazes Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez
	Misión: Buscar y Destruir (CDS, SFDK Records, 2011) 1. Misión buscar y destruir (con Duo Kie y El Chojín)	Acción Sánchez
	Ellos van a ver (CDS, SFDK Records, 2011) 1. Ellos van a ver (con Kafu Banton)	Acción Sánchez

Lista de invitados (LP, SFDK Records, 2011)	Disco 1. Acción Sánchez	
	1. Esto quiero hacer yo	Acción Sánchez
	2. **Creencias personales (con Zeropositivo)**	Acción Sánchez
	3. **Misión buscar y destruir (con Duo Kie y El Chojin)**	Acción Sánchez
	4. Crazy love (con Zatu)	Acción Sánchez
	5. **Blondapetit (con Swan Fyahbwoy y Gordo Master)**	Acción Sánchez
	6. **Flow del 15 (con Capaz)**	Acción Sánchez
	7. **Donde tengo que estar (con Baroe, Jefe de la M, Xcese y Cortesano)**	Acción Sánchez
	8. Esta va por mi (con El Santo, Juan Profundo, Ose y Tosko)	Acción Sánchez
	9. **Fucking real (con El Limite)**	Acción Sánchez
	10. **La calle está candela (con La Excepcion y Little Pepe)**	Acción Sánchez
	11. W.O.M. (con Crew Cuervos)	Acción Sánchez
	12. Puedes ver la luz (con El Hermano L)	Acción Sánchez
	13. Tinta distinta (con Sharif y Alba)	Acción Sánchez
	14. El cambio (con Spanish Fly, Xcese, Ego, Duddy Wallace, Jefe de la M y Zatu)	Acción Sánchez
	15. **Saluda al capitán (con El Chobbi)**	Acción Sánchez
	16. Digan lo que quieran (con Little Pepe, Jefe De La M e Ijah)	Acción Sánchez
	17. Lo que importa (con El Chojín y Shabu One Shant)	Acción Sánchez
	18. Trabajos suzios (con Latex Diamond, Mitsuruggy y Trad Montana)	Acción Sánchez
	19. One Mission (con Shabu One Shant, Legendario, Jesuly y Puto Loko)	Acción Sánchez
	Disco 2: Zatu	
	1. Intro	El Cerebro
	2. El tiempo está aquí (con Spanish Fly)	Abeats
	3. Espacio vital (con Sho Hai - Colabora Kase.O)	Heavy Roots
	4. Cuando todo acabe (con El Chojín - Colabora Jefe De La M)	Lex Luthorz
	5. **Está to feo (con Rapsusklei)**	Acción Sánchez
	6. **Curro y sacrificio (con Darmo - Colabora Alba)**	DJ Pera
	7. **Ellos van a ver (con Kafu Banton)**	--
	8. Solo no (con Mago)	Sone
	9. Esto o aquello (con Piezas - Colabora Shabu One Shant)	Cookin' Soul
	10. Por mis hijos (con Freshmakers)	El Titó
	11. Lions con (El Titó - Colabora Swan Fyahbwoy)	Jayder
	12. LSD (con Kultama)	Sr. T Cee
	13. Nada más (con Alberto Gambino)	Hazhe
	14. Los chicos del barrio (con El Limite, Dementores, Ed Noise Y Pájaro)	Baghira
	15. Los generadores (con Sicario)	Jefe De La M

	Lo intenté (CDS, BOA Recording, 2014) 1. Lo intenté	Acción Sánchez
Sin miedo a vivir (LP, BOA Recording, 2014)	1. Personal trainer	Acción Sánchez
	2. **Sin miedo a vivir**	Acción Sánchez
	3. **Lo intenté**	Acción Sánchez
	4. **Bajo el mismo sol (con Little Pepe) (2015)***	Niggaswing
	5. Cantando bajo la vida (con Green Valley)	Acción Sánchez, Hazhe
	6. Manos en el aire (Mala Juntera con Shabu)	Acción Sánchez, Hazhe
	7. Despacito pero voy	Acción Sánchez
	8. **Todo lo que importa (con Fyahbwoy)**	Acción Sánchez
	9. Latidos	Acción Sánchez
	10. Si el rap fuera un juego	Acción Sánchez
	11. Niños especiales	Hazhe
	12. Apología del llanto (con Juaninacka)	Acción Sánchez
	13. Ella (con Alberto Gambino)	Cam Bluff, Cam Bluff
	14. La Puñalá	Acción Sánchez
	15. Agradecimientos	Baghira
	16. Bonus track: El Viaje (con Kriss)	Acción Sánchez
	17. Bonus track: Orgullo banderillero	Acción Sánchez



Discografía y vídeografía de Jefe de la M

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
	A mí me la traen floja (Maqueta, 1993)	
	Cancerbero (Maqueta,1996) (como RK)	
Entra El Dragón (LP, 2003 -Mari Nakome)	1. ¿Quién Es Bobby Lo? (Preludio) 2. Entra El Dragón (Intro) 3. ¿Quién Es El Jefe? 4. Recuerdos (con Titó) 5. Tal Vez Lo Podréis Negar 6. La Plaga (con Chojín) 7. Disciplina (con Tote King) 8. Málaga Es Caliente (con Triple XXX) 9. Cambiarme De Chandal (con Dogma Crew) 10. Respeto Es Oro (con Keyo) 11. La Gran Huida (con Shotta) 12. Ciencia de Calle (con Spanish Fly) 13. Generación M (Joven Simo, el Niño, Jackye e Ija) 14. Vinieron A Retarme (con Zatu) 15. Ni Retirada Ni Rendición (con Nach Scratch) 16. No Hay Sitio 2003	Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Big Hozone Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Acción Sánchez Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Big Hozone



Escapismo (LP, 2005 — Soul Clap)	1. Prólogo 2. Resurrección 3. La Fuente 4. RAP Session: Colonia 4 Life 5. Jugar A Ganar 6. La Máscara 7. RAP Session: Flava 8. Nadie Alrededor (Con Juaninacka) 9. Prozac 2005 10. De Profesión MC (Revisted) 11. Rap session: A Pelo 12. Negocios 13. Escapismo 14. Movimientos 15. Tirar La Toalla 16. Consecuencias 17. Rap Session: Mi Momento 18. Haga Lo Que Haga (con Tote King a.k.a.Dick Jones) 19. Piensa Lento 20. Rap Session: Pulso 21. La Clave 22. Outro	Jefe De La M Hazhe Jefe De La M Jefe De La M Big Hozone Big Hozone Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M — Acción Sánchez Jefe De La M Big Hozone Jefe De La M Big Hozone Jefe De La M Frank T Big Hozone Big Hozone Jefe De La M Big Hozone
Versus (CDM, 2004 - Bobby Lo Records)	1. Versus 2. Cambios 3. De Profesión MC 4. Versus (Instrumental) 5. Cambios (Instrumental) 6. De Profesión MC (Instrumental)	Jefe De La M Big Hozone Big Hozone Jefe De La M Big Hozone Big Hozone
Inquietd (MX, 2007)	1. Palabras queman 2. Enfermo de RAP 3. Versos de infarto 4. No más drama 5. Como nuevo 6. Inquietud (con Roockye Jacky) 7. Recreación 8. Hijoputas caen 9. Más vale	— — — — — — — — —





DPS (MX, 2009)	1. Intro 2. El código (con Ijah) 3. Qué es lealtad 4. Nuestro juego (con Keyo) 5. Contento 6. **Materia clásica (con Little Pepe) (2009)*** 7. Flow puro 8. DPS 9. Tu enfoque 10. Maestros (con Gordo Master) 11. Mi barrio 12. DPS (con Ijah, El Chobbi, Triple XXX, Juho y Keyo) [Remix]	Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe, DJ OneDah Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M
Málaga Saga (LP, 2010)	1. Fluyendo al tempo (El Mono) 2. Como sea (Ijah) 3. Gracias (Murianafobia) 4. Cuando no esté por aquí (Nako13, Jokerfeler) 5. Orgulloso (El Niñato) 6. Por encima (DJ Pera, Pargata) 7. Tengo mi familia (Shabu One Shant, Juho) 8. Vida real (Little Pepe, Ijah) 9. Gangsta (Sif Clicka) 10. En el track (Leiterman) 11. **La M vuelve a ser (M13 Click) (2010)*** 12. Stereotomy (Roockye Jackye) 13. Quién tiene game (Triple XXX)	Jefe de la M Jefe de la M Jefe de la M Jefe de la M Jefe de la M DJ Pera Jefe de la M Jefe de la M Jefe de la M Jefe de la M Lowbass Jefe de la M Jefe de la M
PrePoder La Mixtape (MX, 2010)	1. Soy tu pesadilla 2. Lo nunca visto (con Spanish Fly) 3. Si te paras 4. Adelante 5. Sesión de descarga (con Ijah) 6. No saben dónde están 7. No es para niños (con Keyo) 8. Solo primero 9. Verdadero mérito 10. Tienes que creerlo (con Rook Jack) 11. Te garantizo (con Gordo Master) 12. Solo un niño 13. Swing it freestyle	— — — — — — — — — — — — —
	No He Venido A Jugar (CDS, 2011 — BOA Recording) 1. **No he venido a jugar**	Jefe de la M



P.O.D.E.R. (LP, 2011 — BOA Recording)	1. Poder 2. Mi ciencia 3. No podrán (con Ijah y Cortesano) 4. No he venido a jugar 5. Reyes (con Spanish Fly) 6. Rompo 7. Privilegiado 8. Guerreros (con Keyo) 9. Nada más tengo música (con Little Pepe e Ijah) 10. Adelante 11. M-City burnin' (con Rook Jack) 12. Conquisto 13. Lo más importante (con Duddi Wallace) 14. Uzilingus (con Gordo Master) 15. Seguimos en pie (con El Chobbi) 16. ¿Qué sabes tú?	Jefe De La M Quiroga Lex Luthorz Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M DJ Pera Jefe De La M Jefe, DJ OneDah Lowbass Hazhe Lowbass Jefe De La M Jefe De La M Cookin' Soul
DPS Revisted (LP, 2013)	1. Intro 2. El código (con Ijah) 3. Qué es lealtad 4. Nuestro juego (con Keyo) 5. Contento 6. Materia clásica (con Little Pepe) 7. Flow puro 8. DPS 9. Tu enfoque 10. Maestros (con Gordo Master) 11. Mi barrio 12. Sé que puedo hacerlo (con Acción Sánchez) 13. Intro (Instrumental) 14. El código (Instrumental) 15. Qué es lealtad (Instrumental) 16. Nuestro juego (Instrumental) 17. Contento (Instrumental) 18. Materia clásica (Instrumental) 19. Flow puro (Instrumental) 20. DPS (Instrumental) 21. Tu enfoque (Instrumental) 22. Maestros (Instrumental) 23. Mi barrio (Instrumental) 24. Sá que puedo hacerlo (Instrumental)	Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe, DJ OneDah Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe, DJ OneDah Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M

DPS 2.0 (LP, 2013)	1. Nueva entrega (Intro) 2. **Sé que puedo hacerlo** 3. ¿Por qué parar? (con Rook Jack y Murianafobia) 4. Mientras te puedes levantar (con Legendario) 5. Que critiquen (con El Chobbi y Nako13) 6. Punto (con El Niño Snake y Mr. Ijah) 7. Los tiempos cambian (con Juaninacka) 8. No me importas (con Faruk) 9. Castlevania (con Keyo) 10. Mi vida 11. Nunca miramos atrás (con Gordo Master & Ijah) 12. DPS 2.0 (con El Mono, Gordo Master, Zatu, Titó, Little Pepe y Mr. Ijah) 13. Después del show 14. Aullando como demonios (con Capaz) 15. Lágrimas de sangre (con Juho) 16. Gracias	Jefe De La M Jefe De La M — Jefe De La M Jefe De La M Acción Sánchez Acción Sánchez Acción Sánchez Jefe De La M Jefe De La M DJ Pera Jefe De La M Cookin' Soul Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M
El Retorno Del Dragón (LP, 2014)	1. **Lo máximo** 2. Vivo 3. Jefe lo tiene 4. El retorno del dragón	Jefe De La M Acción Sánchez Jefe De La M Acción Sánchez

Aparte, el Jefe de la M y Acción Sánchez han producido juntos varios discos:

- 2003: Kung Fu Breaks
- 2004: Funk y Breaks
- 2005: Manual Breaks Vol. 1
- 2005: Cinema Breaks

Vídeos de Jefe de la M junto a otros artistas malagueños:

Como integrante de Málaga Saga, en el verano de 2011 participa en el videoclip del tema ***La Sal de la M* (No hay más na)***.





Discografía y vídeografía de Hablando en Plata Squad

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
Los hombres del hampa (1999)	1. A lo hondo hundiendote 2. A sangre fría 3. Con pedigí (Pa los niños) 4. Esa mujer de los ojos verdes 5. Onde te metiste 6. Po se acabó 7. Cusha los dos 8. Son recuerdos de chico 9. Souvenir (con Elphomega) 10. Superstar 11. Vengo advertirte	
Operación mafia fantástica (MAXI, 2000 – Zona Bruta)	1. Intro Al Souvenir 2. Onde Te Metiste 3. Entrenaos 4. El Sicario 5. Po Se Acabó 6. A Lo Hondo Hundiéndote 7. He Mostro 8. Viaje Alucinante 9. Son Recuerdos 10. Operación mafia fantástica 11. Os Fundimos 12. Viaje Alucinante A Los Tiempos Citizen 13. Burdel De Frases	 Rayka Sr. Narko Rayka



A sangre fría (LP, 2001 – Zona Bruta)	1. A Sangre Fría 2. Recuerdos De Chico 3. Es un Souvenir (Con Elphomega) 4. Lo Que Nos Define 5. Hablacadabra 6. La Rebelión De Los Máquinas (Con Doble V) 7. Narkosis 8. Grandes MC´s,Grandes Actitudes (Arianna Puello y Frank T) 9. Celebraciones Sangrientas 10. Aquí Estoy Yo 11. Elixir 12. Cuando me quedo sin Boli 13. Hermanos del Mal 14. Los Esquemas nos Elevan 15. Dónde te metiste 16. Sobre gustos está todo escrito 17. Entrenados en el lado Oscuro (Versión Esotérica)	Rayka Rayka Rayka Rayka Sr. Narko Rayka Sr. Narko Rayka Rayka Rayka Rayka Rayka Rayka Rayka Rayka Frank T Rayka
Supervillanos de alquiler (LP, 2003, - Zona Bruta)	1. Ten Cuidado Hermano (con Jess Franco) 2. Kryptonita 3. En El Rapset (Con Elphomega) 4. Visiones 5. Mal Rollo 6. **Reyes Del Horrorcore** 7. Saltando Las Barreras 8. Dinero Y Prestigio 9. Capítulo IX (Con Kase.O alias Versátil) 10. Sonámbulos (Elphomega) 11. Supervillanos De Alquiler (Elphomega alias Kraken Apolo) 12. Y Si... 13. Horizonte Universal(con Supernafamacho alias Kingpin y Kultama alias Black Velvet) 14. BlackBook Víncul 15. Hechos, Palabras	Rayka Rayka Rayka Rayka Sr. Narko Sr. Narko Rayka Rayka Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko Rayka Sr. Narko Sr. Narko Rayka



La división de la victoria (LP, 2006 – Zona Bruta)	1. Vigilancia 2. Asesinato en el Din A4 3. Hombre de Honor 4. La División De La Victoria 5. Pestañea Y Pierde 6. Qué Miras! 7. Rol En Clubs (con Elphomega) 8. Peligro 9. Veneno Mortal 10. Aparta 11. Entidad Magnética 12. Justicia Ciega 13. Firma Aquí 14. Fácil Fama 15. Trágico Final 16. **Hablando En Plata Squad**	Sr. Narko Rayka Rayka Sr. Narko Sr. Narko Rayka Sr. Narko Sr. Narko Rayka Jotamayúscula Sr. Narko Rayka Sr. Narko Sr. Narko Rayka Rayka



Álbum	Tema	Artista
Libertad/ hambre (LP, 2009 – Boa Records)	1. Pago por visión (Flesh)	Big Hozone
	2. Te voy a hundir	Big Hozone
	3. Violencia en la Música (con R.A The Rugged Man)	Big Hozone
	4. Criminales	Big Hozone
	5. Forbidden	Big Hozone
	6. Slasher	Big Hozone
	7. Ya están aquí	Big Hozone
	8. Ojos de Dios	Big Hozone
	9. Nada que perder	Rayka
	10. Vida rápida	Big Hozone
	11. Plenilunio	Big Hozone
	12. Antes del alba	Big Hozone
	13. **El castigo de los débiles**	Big Hozone
	14. Nos fotean	Big Hozone
	15. Afunkalypse now	Big Hozone
	16. Mienten por dinero	Big Hozone
	17. Ratas	Big Hozone
	18. Colt 42	Big Hozone
	19. Jugar con fuego	Big Hozone
	20. Cómo decir que no (con Lisandra)	Sr. Narko
	21. H.A.M.B.R.E.	Big Hozone
	22. Educación	Big Hozone
	23. Ven a mi	Big Hozone
	24. Whatcha mouth (con Shabu One Shant)	Big Hozone
	25. Monstruos del fin del mundo	Big Hozone
	26. Números	Sr. Narko
	27. Mmmm Oh	Big Hozone
	28. **La muerte de la mañana**	Big Hozone
	29. El blues de los más buscados hoy (con Elphomega)	Big Hozone
	30. Lluvia negra	Big Hozone
	31. El hablar de la calle	Sr. Narko
	32. Inocencia	Big Hozone
	33. (Track Oculto) Tengo Muchos Vicios	Big Hozone

Capaz: Último cigarro (LP, 2010 – BOA Recording)	1. Intro: Un disparo en la boca 2. Shock en el sistema 3. Lo que pega hoy 4. **Cava dos tumbas** 5. La fórmula 6. No quiero quejas 7. Pasión (con Fred Medina) 8. Gran hombre brutal 9. Último cigarro 10. El tiro ese que nos damos (con Mala Rodríguez) 11. Déjame en paz 12. Pan caliente (con Kase O) 13. Fright night 14. Caes (con Keith Murray) 15. No puedes tocarme 16. Life 17. Knightmares: Illpack IV (con Elphomega) 18. Mi brainstorming 19. Lo cumplimos (con Hablando En Plata Squad)	Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Sr. Narko Big Hozone Rayka
Rayka: Fragmentos (LP 2012 Boa Music)	1. True School 2. Quid Pro Quo 3. Somos (Feat. Anton Martin) 4. Corazón Frío 5. **TCB 1989 (The Criminal Boyz)** 6. **Métricas Diabólicas (Feat. Sicario)** 7. Lo Mejor Para Ambos 8. Esquizofrenia (Feat. Desplante, Dasilva y Arianna Puello) 9. Amor Muerto (Interludio) 10. Crimen (Feat. Capaz) 11. En Nuestras Vidas Presentes (Feat. Hablando en Plata) 12. El Pasado Y El Futuro (Feat. Neura de Yelsinley) 13. Tú Párame Si Puedes 14. Paciencia, Agonía, Dolor (Feat. Samy Marto) 15. Cuando Fallas (Feat. Fred Medina) 16. Nuevo Día, Nueva Vida (Feat. Elphomega). 17. El Día De Mi Funeral 18. Código 23.16.12.23.5.19.5 (Outro)	Rayka Rayka Rayka Rayka Hazhe Rayka Big Hozone Rayka Neura Rayka Big Hozone Rayka DJ Pera Rayka Rayka Sr. Narko Rayka Rayka





Bloody Records Team (LP, 2015)	1. Sacrifícate (Feat. Sicario, Rayka & DJ Swet) 2. Hay Que Sentir Más (Feat. Skillleaders) 3. Easy (Feat. Equilibrio) 4. Secuestrado (Feat. Eptos Uno & DJ Bubba) 5. Bendita Locura (Feat. Da Silva) 6. Campanas de Apocalípsis (Feat Chak Mazius) 7. El Enésimo Punto (Feat. Track Charles) 8. Rock´on Balboa (Feat. Rock´on Balboa & DJ Swet) 9. Líneas Automáticas (Feat. Capaz & DJ Swet” 10. Ready To Rumble (Feat. Neura & DJ Dabe”. 11. Sin Condición (Feat. Desplante & DJ Pera) 12. Extra Days (Feat Killa Kali) 13. Rock´n Roll (Feat. Capaz & Acción Sanchez) 14. El Futuro Del Género (Feat. Samy Marto) 15. Vive Sin Explicaciones (Feat. Gordomaster) 16. Kronos (Feat. Rayka & Desplante)	Producciones propias
Sicario y Hazhe (LP 2010, BOA Recording)	1. Intro 2. Protón 3. El lienzo del cosmos 4. El más 5. **Antimateria (con Little Pepe y Shabu One Shant)** 6. Tormenta (con Montana Gómez) 7. Arcturus 8. Just In Time (con Capaz Fernandez, Little Pepe, Shabu One Shant) 9. Votadme a mí (con Rayka) 10. Nucleares 11. Os deseo muertos 12. Cuento callejero (con Hate) 13. Cemento y cristal (con Antón Martin, Jefe De La M, Gordo Master, Seco, Tiro Fijo, Benex.)	Todas producciones de Hazhe



Discografía y vídeografía de Mala Rodríguez

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
A jierro/ Toma la traca (CDM,Zona Bruta,1999)	1. Anda Toma La Traca 2. A Jierro 3. Toma La Traca 4. A Jierro (Instrumental) 5. Anda Toma La Traca (Instrumental)	Sr. T Cee +Graves +Graves +Graves +Graves
Tengo un trato (CDM, Superego, 2000)	1. Tengo Un Trato 2. El Gallo 3. Tengo Un Trato (Instrumental) 4. El Gallo (Instrumental)	+Graves +Graves +Graves +Graves
Yo marco el minuto/ Tambalea (Superego, 2000)	1. Yo Marco El Minuto (Dive Mix) 2. Jota Mix Intro 3. Yo Marco El Minuto (Jota Mayuzcula Mix) 4. Tambalea 5. Yo Marco El Minuto (Dive Mix Instrumental) 6. Tambalea (Acapella) 7. Tambalea (Instrumental)	Dive Dibosso — +Graves +Graves Dive Dibosso — +Graves
Lujo ibérico (LP, Superego, 2000)	1. **Tengo Un Trato** 2. Con Diez O Con Veinte (con Kultama) 3. No Van 4. Especias Y Especies (con Kamikaze) 5. Tambalea 6. En Mi Ciudad Hace Caló (Con Kase.O) 7. La Cocinera 8. Yo Marco El Minuto 9. Con Los Ojos De Engañá (con Chulito Camacho) 10. El Gallo 11. A Jierro	+Graves Sr. T Cee +Graves +Graves +Graves R De Rumba +Graves Dive Dibosso +Graves +Graves +Graves

Alevosía (LP, Universal Music, 2003)	1. Lo Fácil Cae Ligero (con Giggi Montecquiggia) 2. En La Hoguera 3. **Jugadoras, Jugadores** 4. Como El Ruido Del Mar (Skit) (con La Ele) 5. Una Raya En El Agua (con Kostan) 6. Vengo Prepará (con Supernafamacho y Nut Rageous) 7. **La niña (2003)*** 8. Mamoneo (con Kultama) 9. En Esto (Skit) 10. Sobresalientes (con Sicario) 11. Grita Fuego (con Kamikaze) 12. Fuerza 13. Alevosía (Outro) (con Aqeel y Raimundo Amador) 14. Amor Y Respeto (Bonus)	Supernafamacho Jotamayúscula Jotamayúscula Hermano L Supernafamacho Jotamayúscula Jotamayúscula Sr. T Cee Sr. T Cee Supernafamacho Supernafamacho Sr. T Cee Jotamayúscula Jotamayúscula
La niña/ Amor y respeto (CDM, Universal Music, 2003)	1. La Niña 2. Amor Y Respeto 3. La Niña Te Llama 4. La Niña (Instrumental) 5. Amor Y Respeto (Instrumental) 6. La Niña Te Llama (Instrumental)	Jotamayúscula Jotamayúscula Jotamayúscula Jotamayúscula Jotamayúscula Jotamayúscula
Por la noche (CDS, Universal Music, 2006)	1. **Por la noche** 2. Por la noche (Juaninacka, Tote King, Capaz) 3. Por la noche (Mecko, Arianna Puelo)	Supernafamacho



Malamarismo (LP, Universal Musica, 2007)	1. **Volveré** 2. Te convierto (con Raimundo Amador) 3. **Nanai (2007)*** 4. Caída Libre 5. Menos tú 6. Tiempo pa pensar (con Julieta Venegas) 7. Toca toca (2007) 8. Enfermo (con Tego Calderón) 9. La loca 10. Miedo (con Mahoma) 11. Memorias del futuro 12. Jura y gana 13. Déjame entra 14. Bonus track: Por la noche	Sr. T Cee Griffi — Griffi Griffi — Griffi — — Sr. T Cee — Griffi Supernafamacho Supernafamacho
Dirty bailarina (LP, Universal Music, 2010)	1. En la línea 2. **Nene** 3. **No pidas perdón** 4. Galaxias cercanas 5. Prima (con Mefe) 6. Interferencias 7. Yo no mato el tiempo 8. Ama 9. Por eso mato 10. **Un corazón** 11. Flores, vitamina y mucho sexo 12. Patito feo 13. Azules y malvas (con Estrella Morente)	Focus... Focus... Focus... Griffi Focus... Griffi Sr. T Cee Focus... Focus... Focus... Focus... Focus... Focus...
	No pidas Remix (CDS, Universal Music, 2010) 1. No pidas remix - Rap version 2. No pidas remix	 JC Moreno JC Moreno
	Caja de madera (CDS, Universal Music, 2013) 1. Caja de madera	 DJimi Finger



Bruja (LP, Universal Music, 2013)	1. Esclavos	DJ Randy
	2. Caja de madera	DJimi Finger
	3. **33**	Jotamayúscula
	4. Cuando tú me apagas	Cookin' Soul
	5. Caliente (con Sefyu)	DJimi Finger
	6. Hazme eso	Lex Nevl
	7. **Lluvia**	DJimi Finger
	8. Dorothy	Lex Nevl
	9. La rata	Serious Scorrious
	10. **Quién manda**	Clement Animalsons
	11. Miedo a volar	Jotamayúscula
	12. Ella (con Canserbero)	DJimi Finger
	13. Quién Manda (con Shotta)	Clement Animalsons



Discografía y vídeografía de Elphomega

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
El Fenómeno (EP, 2000)	1. El fenómeno 2. Caramelos duros 3. Track mortal (con De-Sur) 4. Sergi Entertainent	
Elphomega (EP, 2002)	1. Hello My Name Is 2. Buscame En Un Ranking 3. Crazy Málaga 4. Mantrax 5. Muchas Demos, Muchos Careos 6. Que Productor 7. Disfrutar De Ti (con Capaz) 8. Hijosputas Championship 9. Homogeddon	Todas las producciones de ElCerebro
One man army (CDM, Zona Bruta, 2004)	1. One Man Army 2. Dolorama 3. Armonía Asesina 4. One Man Army (Instrumental) 5. Dolorama (Instrumental) 6. Armonía Asesina (Instrumental) 7. One Man Army (Acapella)	Rayka Rayka Sr. Narko Rayka Rayka Sr. Narko —



Homoggedon (LP, Zona Bruta 2005)	1. Obertura 2. Helis (Que Saben De Mi) 3. Juerga Lunar (con Sicario) 4. Juncos Huecos 5. Fantasmas Contra Científicos 6. Area De Descanso (con Jotamayúscula) 7. Droga Pura 8. Training Day (con Frank T) 9. Vietnam Hoy 10. Libros de Salvación (con Hablando en Plata Squad) 11. Pimpinella 12. Historia De Mi Voz En Off 13. Rock Right Now 14. Sexydoscopio 15. Illpack (con Capaz) 16. Homogeddon	Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko Rayka Rayka Jotamayúscula Rayka Frank T El Cerebro Rayka Rayka Dues Sr. Narko fine Rayka Sr. Narko Sr. Narko
El Testimonio Libra (LP, Zona Bruta 2007)	1. **MK Ultra (El Testimonio Libra Titles)** 2. Gafas 3. Rollergirl 4. Perlas (Ask inside for your size) (con Kultama) 5. Dream warriors 6. Como un fan 7. Emergency 8. Viaje astral 9. Fuego camina conmigo (con Violadores del Verso) 10. W.2.H.O.F. 11. Tercer rail 12. Una biblia hueca y una pistola 13. Burlesque / Nudies 14. Identidad secreta (Alaska Morning) 15. Illpack 2: Hijos de Kubrick (con Capaz) 16. Nada mejor (Illpack 3D) (con Capaz) 17. Polaroids 1984 18. Postdata	Sr. Narko Sr. Narko Nerko Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko Rayka Sr. Narko R De Rumba Sr. Narko Sr. Narko Zeta Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko DJ Vú Nerko
	Sol de sábado lluvia de domingo (CDS, BOA Recording, 2011) 1. Sol de Sábado, lluvia de Domingo	Sr. Narko



Phantom Pop (LP, BOA Recording, 2011)	1. **Sol de Sábado, lluvia de Domingo (2011)*** 2. 1000 Problemas 3. Summer Breeze (con Masia One) 4. Sacrificio 5. Acabamos juntos 6. Stardust (con Shabu) 7. Azul místico 8. Primos raros 9. **Doppelgänger** 10. La gran ola de calor (con Shabu) 11. Alta ansiedad 12. Illpack debe morir (con Capaz) 13. Ratas de vídeoclub 14. No Happy Ending	Sr. Narko Sr. Narko Lost Twin Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko Lost Twin Lost Twin Sr. Narko Sr. Narko Sr. Narko Lost Twin Sr. Narko
	Más que humanos (CDS, 2013) 1. Más que humanos	Sr. Narko

Homogeddon | El Testimonio Libra (LP, Zona Bruta, 2014) Obertura Sr. Narko		
	1. Helis (Que Saben De Mi)	Sr. Narko
	2. Juerga Lunar (con Sicario)	Sr. Narko
	3. Juncos Huecos	Rayka
	4. Fantasmas Contra Científicos	Rayka
	5. Área De Descanso (con Jotamayúscula)	Jotamayúscula
	6. Droga Pura	Rayka
	7. Training Day (con Frank T)	Frank T
	8. Vietnam Hoy	El Cerebro
	9. Libros de Salvación (con Hablando en Plata Squad)	Rayka
	10. Pimpinella	Rayka
	11. Historia De Mi Voz En Off	Dues
	12. Rock Right Now	Sr. Narko
	13. Sexydoscopio	Rayka
	14. Illpack (con Capaz)	Sr. Narko
	15. Homogeddon	Sr. Narko
	16. MK Ultra (El Testimonio Libra Titles)	Sr. Narko
	17. Gafas	Sr. Narko
	18. Rollergirl	Nerko
	19. Perlas (Ask inside for your size) (con Kultama)	Sr. Narko
	20. Dream warriors	Sr. Narko
	21. Como un fan	Sr. Narko
	22. Emergency	Rayka
	23. Viaje astral	Sr. Narko
	24. Fuego camina conmigo (con Violadores del Verso)	R De Rumba
	25. W.2.H.O.F.	Sr. Narko
	26. Tercer rail	Sr. Narko
	27. Una biblia hueca y una pistola	Zeta
	28. Burlesque / Nudies	Sr. Narko
	29. Identidad secreta (Alaska Morning)	Sr. Narko
	30. Illpack 2: Hijos de Kubrick (con Capaz)	Sr. Narko
	31. Nada mejor (Illpack 3D) (con Capaz)	Sr. Narko
	32. Polaroids 1984	DJ Vú
	33. Postdata	Nerko

Otros vídeos de Elphomega junto a otros artistas:

- 2011: *Vibraciones*, Elphomega, Capaz y Little Pepe.
- 2013: ***Suena fine****, Zarman con Elphomega.



Discografía y vídeografía de Tote King

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
Big King XXL (EP, 2001)	1. Intro 2. Duermen 3. Pepino (con Shotta) 4. Putas Del Rap 5. Danushit (con Keyo Y Jefe De La M) 6. ¿Quién Es El Hombre? (con Zatu) 7. Todo El Rap Que Traigo	Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Acción Sánchez Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M
Duermen(CDM, Superego,2001)	1. Duermen 2. Putas Del Rap 3. Po No Lo Sabe Ya! 4. Po No Lo Sabe Ya! (Instrumental)	Dive Dibosso Acción Sánchez Jefe De La M Jefe De La M
	Matemáticas(CDM, Superego, 2004) 1. Matemáticas 2. Cheik, Cheik	Big Hozone Griffi
Música para enfermos (LP, Superego, 2004)	1. Música Para Enfermos 2. ¿Tu Quién Crees? 3. Algo Más Que Recuerdos (Con Xhelazz) 4. Devoto 5. Espíritu (Con Falsalarma) 6. Cheik, Cheik 7. Matemáticas 8. Suenan Las Alarmas (Con Shotta y Juan Solo) 9. Uno Contra 20 MC's 10. Mi Parque De Atracción 11. Red Hot Chili Kinkis (con Spanish Fly) 12. Andergraun 13. Nada tan enfermo (Con Karvoh) 14. Los Amos Del Desorden	Jefe De La M Frank T Diox Zonah Big Hozone Griffi Big Hozone Griffi Zonah Frank T Big Hozone Juan Profundo Karvoh Jefe De La M



Un tipo cualquiera (LP, BOA Recording, 2006)	1. Empezamos 2. Nosotros mismos 3. Ni de ellos ni de ellas 4. Bumm!! (Yo soy el Toterreno) 5. Un año más 6. Mentiras 7. Interludio OSR 8. Acuéstate 9. ¿Merece la pena? 10. Botines 11. El primer día del resto de tu vida 12. Lo hacemos así 13. Woh!! 14. Progres 15. Cuatro minutos te escupo 16. Tema extra: Jugar duro (con Vast Aire)	Big Hozone Big Hozone Big Hozone Lost Twin Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Nerko Big Hozone Big Hozone
Un tipo cualquiera + (LP, BOA Recording, 2007)	1. Empezamos 2. Nosotros mismos 3. **Ni de ellos ni de ellas (directo)** 4. Bumm!! (Yo soy el Toterreno) 5. Un año más 6. **Mentiras (2009)*** 7. Interludio OSR 8. Acuéstate 9. ¿Merece la pena? 10. Botines 11. El primer día del resto de tu vida 12. Lo hacemos así 13. Woh!! 14. Progres 15. Cuatro minutos te escupo 16. Tema extra: Jugar duro (con Vast Aire) 17. **Al rojo vivo**	Big Hozone Big Hozone Big Hozone Lost Twin Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Big Hozone Nerko Big Hozone Big Hozone Griffi



T.O.T.E (LP, BOA Recording, 2008)	1. Introheroína 2. Rapear (con Ego) 3. Todo lo que quiero 4. Yo soy 5. No sonrío pero todo está bien (con Lírico) 6. Rebelde por defecto (con Juaninacka) 7. No voy a estar allí 8. El tendedero (con Chico Ocaña) 9. Ya está 10. Demasiado pesado 11. Ven (con Shotta) 12. **Ahora vivo de esto** 13. Barras de terror 14. La reunión (con Juaninacka) 15. Como en casa 16. Hace tiempo que ... (con Titó y Quiroga) 17. Conspiración	Nasser Wahab M-Phazes Cookin' Soul M-Phazes Cookin' Soul M-Phazes Anonymous Twist Oh No DJ Randy Metodo Shintaro Cookin' Soul Dame Taylor Oh No Auditory Beats M-Phazes Oh No Equisman
	Redes sociales (CDS, 2010) 1. Redes sociales	 Danari Gray
El lado oscuro de Gandhi (LP, Sony Music Entertainment, 2010)	1. Intro Telefónica 2. Doble moral 3. Nada cambia 4. Otro impostor opositando 5. La parte más fea de mi curro 6. **Redes sociales (2011)*** 7. **Ya lo creo** 8. Hemos llegao 9. El paseo 10. Loco por ti 11. Dos españolazos horteras en El Caribe .. 12. Nos gusta beber 13. La crisis 14. Ese no soy yo 15. Morir con las botas puestas (2011) 16. Say yeah! 17. NBA 18. Si tú no me quieres ...	— Sendy DJ Randy Best Kept Secret Dani's Beats Danari Gray DJ Randy Allrounda Best Kept Secret Baghira DJ Randy DJ Randy The Third Productions Kajmir The Royale The Synthesis Best Kept Secret Allrounda DJ Randy





	Nada cambia Remixes (CDS, Sony Music Entertainment, 2011) 1. Nada cambia 2. Nada cambia - Brewsterr (Wahin Makinaciones Remix) 3. Nada cambia - Synchrosize (Funkopata Remix)	DJ Randy Wahin —
	Nada Cambia (DJ Griffi Remix) (CDS, Sony Music Entertainment, 2011) 1. Nada Cambia (DJ Griffi Remix)	Griffi
El Tratamiento Regio (EP, 2013)	1. Empecé de 0 2. Sólo importa hoy (con Duddi Wallace & Elphomega) 3. Dame lo que quiero 4. Na que hacer 5. Palabra de honor (con Halberto El Cheff) 6. Otras mentes 7. Living it up (con Esco & Zawezo del Patio) 8. Blake Griffin rap	— Baghira Torrico Lowlight Baghira — M-Phazes Lowlight
78 (LP, 2015)	1. Pa' eso vine 2. Sangre y sudor 3. **Robocordones (2015) *** 4. **Ya no me enfado (con Andreas Lutz)** 5. Mic Masters (con Chyno nyno y Anqui) 6. V.V.V. 7. Con autoridad (con Nestakilla y Nemir) 8. Déjalo estar (con Duddi Wallace) 9. Interludio OSR 10. El premio pati (con El canijo de Jerez y Maria luna) 11. No me rayes 12. Malamadre 13. No soy sofisticao 14. Alfonso Díez (con JotanDJota) 15. Todo el día barras (con Morodo) 16. King kong (con Murrah, Shotta y Niñato Garsiah) 17. Ranciofacts	DJ Rune Brainiac Beats DJ Rune Baghira Griffi Sone Cambluff Illmind Baghira Baghira Mees Bickle Surce Beats Acción Sánchez Magic Beats Cambluff J-mac Surce Beats

Otros vídeos del artista junto a su hermano, Shotta: 2012: *Mi política*, Tote King y Shotta.





Discografía y vídeografía de Juaninacka

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
El Japonés (EP, 2002)	1. 1,2,3,4 2. Poniendo Y Quitando 3. Somos Como Tu (con El Cirujano) 4. Algo De Mi 5. Triunfos Personales A Veces 6. Las Casas De Cal	— — — — — —
Versión EP (EP, 2003 – Fiebre Records)	1. Rap 2. Todo Sigue Igual 3. Conmigo O Contra Mi (Con Juanma) 4. Todo Lo Que Hago 5. Interludio 6. **Una Mirada A Mi Alrededor** 7. Soy Caminante (Con SFDK) 8. Una Historia	Zonah DJ Makei Zonah DJ Makei — DJ Makei Acción Sánchez DJ Makei
El Hombre (CDM, 2005 – Fiebre Records)	1. El Hombre 2. El Príncipe Y La Princesa 3. Un Sueño Y Un Café (con Mustafá Yoda) 4. El Hombre (Instrumental) 5. El Príncipe Y La Princesa (Instrumental) 6. Un Sueño Y Un Café (Instrumental) 7. Yo y Mi DJ (Bonus Track)	Acción Sánchez Jefe De La M Jefe De La M Acción Sánchez Jefe De La M Jefe De La M —



Caleidoscopio (LP, 2004 – Fiebre Records)	1. Intro 2. Monólogo 3. Brindemos 4. Jack's 5. Esta Noche 6. Old School Shit 7. Las Pequeñas Cosas (Con Juanma) 8. La Teoría Del Caos 9. Podeis Llamarlo Respeto (Con Zatu) 10. Real Nasty Shit (por Nasty-Sound) 11. Asi 12. Bienvenido Mr. Marshall 13. El Duermevela 14. Mi Música 15. Musiqueta (Interludio) 16. Esclavo	Juanma Shrimp Jefe De La M DJ Makei Jefe De La M Shrimp El Cerebro El Cerebro Hazhe DJ Makei Acción Sánchez Acción Sánchez Souchi Hazhe A.R.S. A.R.S.
Luces de Neón (LP, 2006 - Fiebre Rocords)	1. Intro 2. Luces De Neon 3. España, Sevilla y Yo 4. Antes Y Ahora 5. Poesía Del Hombre Pobre 6. **Hoy** 7. No Me Concentro (con Juanma) 8. En El Nombre De Cristo (por Makei) 9. Ellos 10. Entrando en el Club (Interludio) 11. Confesiones 12. 1 de 2 (con Jefe De La M) 13. El Tiempo No Espera 14. Improvisaré 15. Sexxxy (con All Day)	Shrimp Cookin' Soul Big Hozone El Cerebro Jefe De La M Acción Sánchez Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M — Cookin' Soul Jefe De La M DJ Makei Jefe De La M Quiroga



41100 Rock (LP, 2009 – Boa Music)	1. King of rock 2. Si esperan algo grande 3. 6 A.M. 4. El sensei 09 5. Hablando con ritmo 6. **Fe** 7. Cuando estás a oscura 8. Nadie conoce el alma de un poeta 9. Mi boca es la pistola 10. Abc 11. Po! Po! 12. Hip hop Head 13. La Alta Escuela rulez 14. 41100 Rock	aiSHO El Cerebro Acción Sánchez El Cerebro DJ Makei Jefe De La M El Tító R De Rumba Acción Sánchez Juanma Big Hozone DJ Makei Jefe De La M Acción Sánchez
	Hellboyz (Single) (CDS, 2011) 1. Hellboyz	DJ Makei
	Esperando El Golpe De Suerte (CDS, 2011 — BOA Recording) 1. **Esperando el golpe de suerte**	Heavy Roots
Hellboyz (LP, 2011 — BOA Recording)	1. El Hip hop viene del soul 2. **El lenguaje del corazón** 3. Es básico (con Rapsusklei & Sharif) 4. **Hellboyz** 5. A ti 6. D.E.P (con DeAlma) 7. Ganga concreta (con Lito MC Cassidy & Melly Mel) 8. Lunes de mierda (con DeAlma) 9. **Esto es un atraco (Making of)** 10. Primavera 11. No sé 12. Esperando el golpe de suerte 13. Actor secundario (con Nestakilla) 14. Early Grayce 15. Hellboyz (Remix)	Lex Luthorz aiSHO aiSHO DJ Makei Juanma aiSHO Ferran MDE aiSHO aiSHO — — Heavy Roots Juanma Xhelazz Boon Doc




M.I.L.F. (LP, 2013)	1. Barman 2. Problemas 3. Vieja escuela 4. Mi Milf 5. Subo la música 6. El Rap es la música 7. Funk baby!!! 8. Vida (con Juanma) 9. Palabras al aire 10. No hype (con Nestakilla) 11. Divino tesoro (con Al2 & Mackio) 12. **Barras de destrucción masiva** 13. Bonus Track: New jams (con Capaz) 14. Bonus Track: El juego 15. Bonus Track: Testamento	The Cratez BigBoyTraks BigBoyTraks The Cratez The Cratez Jimmy Dukes Boi DJ Stealth DJ Randy Boon Doc Hazhe, A. Sánchez The Cratez The Cratez Sceno Juanma BigBoyTraks
Éxodo (EP, 2015)	1. Días grises 2. Word 3. Andando en círculos 4. Zeitgeist 5. **Éxodo** 6. 25:17 7. Soul food	A.Sánchez, Hazhe Juanma A.Sánchez, Hazhe Stash House Ciclo — —



Discografía y vídeografía de Gordo Máster

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
Mi puerta (LP, Fiebre Records, 2006)	1. Diablos del Sur (con Suhermano)	Big Hozone
	2. El Maestro	Serokah
	3. Furia	Jefe De La M
	4. La Pomada (con Suhermano y Acción Sánchez)	Big Hozone
	5. Ese Tumbao (con Quiroga)	Quiroga
	6. Homies	Big Hozone
	7. **Respeto**	Jefe De La M
	8. Boyz m tha Hood	Jefe De La M
	9. Perros (con Suhermano y Masstone)	Serokah
	10. **Takinova (con Ijah)**	Big Hozone
	11. Te la Inventao	Big Hozone
	12. Práctica (con Suhermano)	Serokah
	13. La Última Bala	Jefe De La M
	14. **Málaga City (2012)***	Jefe De La M
	15. Ball´s (con Quiroga)	Quiroga
	16. Judas	Big Hozone
	17. Números Rojos (con Shotta)	Big Hozone
	18. Fatman	Big Hozone
	19. Vuelve (con Jefe de la M)	Jefe De La M
Málaga está (MAXI, 2010)	1. Mis manos	Niggaswing
	2. Rompo ciudades	Jefe De La M
	3. **All 4 da money**	Jefe De La M
	4. Pregúntate si vales	Jefe De La M
	5. La clase va por dentro	Niggaswing
	6. Sueña	Jefe De La M
	7. Sigo (con Nako 13)	Jefe De La M
	8. Mi sitio es	Jefe De La M
	9. Rabioso	Jefe De La M
	10. Málaga está (con Jefe de la M)	Jefe De La M
	11. Tú respétales	Jefe De La M
	12. Intenso	Niggaswing
	13. Quién es real (con SFDK)	Acción Sánchez
	14. Mi cólera	Niggaswing



Málaga está (Reedición LP, 2010)	1. Mis manos 2. Rompo ciudades 3. All 4 da money 4. Pregúntate si vales 5. La clase va por dentro 6. Sueña 7. Sigo (con Nako 13) 8. Mi sitio es 9. Rabioso 10. Málaga está (con Jefe de la M) 11. Tu respetales 12. Intenso 13. Quien es real (con SFDK) 14. Mi cólera 15. Sudar sangre	Niggaswing Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Niggaswing Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Niggaswing Acción Sánchez Niggaswing Niggaswing
Freakshow (MAXI 2011)	1. Esto es rap 2. Freakshow 3. Fiesta de calle 4. Nací para esto 5. En la noche 6. Vida en papel	Jefe De La M Niggaswing Niggaswing Jefe De La M Jefe De La M Niggaswing
El intocable (LP, 2011)	1. **El intocable** 2. Forever (con Putolargo) 3. Volando al frente 4. Hotel Diablo (con Javier Ojeda) 5. One new day 6. Corre cabrón, corre (con Duo Kie) 7. Vapors (con Pinnacle Rockers) 8. El ultimo baile 9. The boxer 10. My favourite girl 11. Si no, nos enfadamos (con Keyo) 12. Los nadies (con Jefe de la M & Nako 13) 13. Sigo con mi plan 14. Lo hago bien 15. En la city 16. **Agua pá beber (con Langui) (2012)*** 17. De muerto no tengo ná 18. Outro	Jefe De La M Niggaswing Jefe De La M Niggaswing Lex Luthorz Locus Niggaswing Niggaswing DJ Pera Niggaswing Jefe De La M Jefe De La M Lex Luthorz Candela Cla Hazhe Niggaswing Jefe De La M Niggaswing



90's Flavor (MX, 2012)	1. **Directo de HuelinTown** 2. Tú di que sí 3. No es bueno 4. Historias de la calle 5. Pasa de mí 6. Déjate llevar	Niggaswing Jefe De La M Niggaswing Jefe De La M Niggaswing Jefe De La M
Las 13 Técnicas del Maestro (LP 2013)	1. Tierras devastadas (Intro) 2. Bum Bum 3. **Coloco mi sello** 4. El perro diamante 5. The street in my pocket 6. El último dragón 7. GM 8. 13 balas 9. Sólo tú 10. Kung Fu Master 11. Así juego 12. **El camino del guerrero** 13. Loosers 14. Drunken monkey (con Tote King y Shotta) 15. Creí que lo sabías (con Capaz) 16. Poison (con Kamikaze y Supernafamacho) 17. Un día perfecto (con Little Pepe) 18. Por mis santos cojones (con El Sevilla) 19. El himno de los grandes (con Sicario) 20. Shut your mouth (con El Niño Snake) 21. Con la yerba en los talones (con Swan Fyahbwoy) 22. **Los foragidos (con La Excepción)** 23. Vamos sin ná (con Rapsusklei) 24. Amor de gangster (con Shabu) 25. Shutterland (con Elphomega) 26. Las 13 técnicas (con Rayka, Legendario, El Mono, Juho, Keyo, Jefe de la M, Nako 13, Mr. Ijah, Faru, Comandante Fly, Cazwi y PutoLargo)	Niggaswing Jefe De La M Jefe De La M Jefe De La M Niggaswing Niggaswing Niggaswing Acción Sánchez Jowen Jefe De La M DJ Jaba Jefe De La M Niggaswing Heavy Roots Jefe De La M Jefe De La M Heavy Roots Niggaswing Niggaswing Niggaswing Niggaswing Niggaswing Jefe De La M Niggaswing Niggaswing Niggaswing

Otros vídeos del artista junto a otros artistas:

- 2012: *Hoy no me puede faltar*.
- 2012: *Música en el alma*, tema inédito.
- 2014: *Son 39*, tema inédito.
- 2014: *Fly High*, Gordo Master & Berta Bittersweet.
- 2015: *7ROUNDS*, G.Master, L. Pepe, G.Flako, Salvi Pérez, El Mono, Big Weiler y KikoNieto.





Discografía y vídeografía de Quilate

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
Fiel al juego (CDM, Estratega Records, 2006)	1. La Cuenta Atrás 2. **Fiel Al Juego** 3. Solo Una Vida 4. La Cuenta Atrás (Instrumental) 5. Fiel Al Juego (Instrumental) 6. Solo Una Vida (Instrumental) 7. Solo Una Vida (Acapella)	Acción Sánchez Calagad 13 Calagad 13 Acción Sánchez Calagad 13 Calagad 13 —
Alma libre (LP, Estratega Records, 2008)	1. Sueños 2. **Vivos (con Aqeel)** 3. Wannabes 4. La corona perdida 5. Ven a Granada (con Juan Pro) 6. Ese soy yo 7. Un día cualquiera 8. Yeah!! (Remix) 9. Planeta extraño 10. You know my stilo 11. Destino (con Cantinela Fina) 12. Mi gente 13. La calle (con Aitor Velázquez) 14. Seducción (con GranPurismo) 15. ¿Qué pasó? 16. Mi rap es	Ochoa Cookin' Soul Acción Sánchez Domingo Calagad 13 Calagad 13 Javier Morillas Calagad 13 Juan Profundo Juan Profundo FRS Genuino Cookin' Soul Jefe De La M Cookin' Soul Acción Sánchez Domingo



Estamos en el aire (LP, SFDK Records, 2011)		
	1. De vuelta en casa (con Deim Robinson)	Rik Marvel
	2. Tocando el cielo	DJ Simsima
	3. **Dame amor**	DJ Lord Mac
	4. Lo que viví	Rik Marvel
	5. Disfrutándolo (con Putolargo)	Rik Marvel
	6. Algo que te quiero cantar	Acción Sánchez
	7. Van y vienen	Hazhe
	8. Olvídame (Fama)	Juan Profundo
	9. Escribo mi estoria (con Mokless)	DJ Simsima
	10. Navegando las dudas	DJ Simsima
	11. La carrera	Rik Marvel
	12. Haz lo tuyo (con SFDK)	Acción Sánchez
	13. Trampas del showbizznes (con Tony)	Rik Marvel
	14. Rumores a la sombra	Rik Marvel
	15. **En pie (con Little Pepe) (2012)***	Rik Marvel

Discografía y vídeografía de Juho

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
Habéis creado un mosntruo (Maqueta, 2006)	1. Intro 2. Ataque sorpresa 3. Analiza mi critica (con Sangre y Ares) 4. Veneno de serpiente 5. Habéis creado un mosntruo 6. Mala ruina (con Novah) 7. Cristales rotos 8. Aprendan modales (con Koke) 9. Desequilibrio 10. Corre el rumor (con Darso) 11. Vinculos (con LaCausah) 12. Hip hop desagradable 13. Hablando claro 14. Outro	
Soldier (LP, 2010)	1. Intro 2. Soldier 3. Ooh hermano (con Little Pepe) 4. El más grande 5. Málaga no duerme 6. **Hot sun (con Shabu One Shant) (2010)*** 7. BBB 8. No nos atan (con Keyo, El Mono y Murianafobia) 9. Mi nombre 10. Suben los grados (con Murianafobia)	Jefe de la M DJ Pera Serokah Juho DJ Pera DJ Pera -- -- Jefe de la M --

Otros vídeos en los que ha colaborado:

- 2010: *Snack the ripper*, Done ft Young Sin y Juho.
- 2010: *Negocios que atender*, Keyo ft Spanish fly, Juho y Jefe de la M.
- 2011: *Nada cambia*, Pinnacle Rockers y Juho.
- 2012: *Luz de luna*, Shabu y Juho.
- 2013: *Anywhere we go*, Tosko, Lasai y Juho.
- 2013: *Somos ná,* Keyo, Juho y Nako13.
- 2013: *Hola mi amor* (remix), Little Pepe, Shabu, Ijah y Juho.
- 2014: *Rock Harda,* Rook Jack, Shabu y Juho.
- 2014: *Sangre en cada renglón*, Hijo Pródigo y Juho.
- 2015: *Puro Style,* Gordo Master, Little Pepe y Juho.





Discografía y vídeografía de Mala Juntera

DISCO	TRACKLIST	PRODUCTORES
	Flava (CDS, BOA Recording, 2013) 1. Flava	Hazhe, Acción Sánchez
Cracks (LP, BOA Recording, 2013)	1. Nuestro minúsculo imperio 2. Desafio total 3. Cracks 4. Mecha y fuego 5. **Suena ha!** 6. No puedo dormir (con Shabu) 7. No tienes talento 8. Mesa para cuatro 9. Mato 10. **Tú eres para mí** 11. Una de vaqueros 12. Esos momentos (con Tosko) 13. I.D.O.L.O.S 14. Frases guapas 15. **Tengo una pena** 16. No queda tiempo 17. La soga de David 18. **Flava** 19. Bonus Track: Muévete 20. Bonus Track: Poder de convicción	Todas las producciones de Hazhe y Acción Sánchez

Otros vídeos del grupo junto a otros artistas:

- 2014: *Malviviendo*, Zatu.
- 2012: *Welcome to Guadalajara,* Zatu, Little, Legendario.



10.2.Visitas on-line de la muestra

A continuación se presenta un listado con el cómputo de las visitas on-line que han recibido los videoclips que forman la muestra desde su presentación hasta la fecha 15 de septiembre de 2015.

SFDK. *El Liricista En El Tejado* (2003). 2001: Odisea en el lodo

YouTube: 1.082.603 visitas.

Mala Rodríguez. *La niña* (2003). Alevosía

YouTube: 4.460.804 visitas.

Vevo: 4.473.124 visitas.

SFDK. *El Niño Güei* (2007). 2005

YouTube: 4.201.055 visitas.

Mala Rodríguez. *Nanai* (2007). Malamarismo

YouTube: 2.265.022 visitas.

Vevo: 2.275.918 visitas.

Jefe de la M. *Materia clásica* (con Little Pepe) (2009). DPS

YouTube: 1.732.186 visitas.

Tote King. *Mentiras* (2009). Un tipo cualquiera +

YouTube: 1.100.412 visitas.

SFDK. *S.E.V.I.L.L.A* (2009). Siempre fuertes 2

YouTube: 3.871.470 visitas.

Juho. *Hot sun* (con Shabu One Shant) (2010). Soldier

YouTube: 2.399.293 visitas.

Jefe de la M. *La M vuelve a ser* (M13 Click) (2010). Málaga Saga

YouTube: 1.606.337 visitas.

Jefe de la M. *La sal de la M* (No hay más ná) (2011).

YouTube: 1.114.967 visitas.

Tote King. *Redes sociales* (2011). El lado oscuro de Gandhi

YouTube: 859.990 visitas.

Vevo: 859.433 visitas.

Elphomega. *Sol de Sábado, lluvia de Domingo* (2011). Phamtom pop

YouTube: 418.678 visitas.



Gordo Master. *Agua pá beber* (con Langui) (2012). El intocable

YouTube: 776.538 visitas.

Quilate. *En pie* (con Little Pepe) (2012). Estamos en el aire

YouTube: 279.669 visitas.

Gordo Master. *Málaga City* (2012). Mi puerta

YouTube: 1.878.779 visitas.

Zarman y Elphomega. *Suena fine* (2013). ONE

YouTube: 35.411 visitas.

SFDK. *Bajo el mismo sol* (con Little Pepe) (2015). Sin miedo a vivir

YouTube: 1.602.326 visitas.

Vevo: 1.612.645 visitas.

Tote King. *Robocordones* (2015). 78

YouTube: 284.199 visitas.

Vevo: 290.927 visitas.

10.3.DVD con los videoclips objeto de estudio

1. SFDK. *El Liricista En El Tejado* (2003). 2001: Odisea en el lodo.
2. Mala Rodríguez. *La niña* (2003). Alevosía
3. SFDK. *El Niño Güei* (2007). 2005
4. Mala Rodríguez. *Nanai* (2007). Malamarismo
5. Jefe de la M. *Materia clásica* (con Little Pepe) (2009). DPS
6. Tote King. *Mentiras* (2009). Un tipo cualquiera +
7. SFDK. *S.E.V.I.L.L.A* (2009). Siempre fuertes 2Juho.
8. *Hot sun* (con Shabu One Shant) (2010). Soldier
9. Jefe de la M. *La M vuelve a ser* (M13 Click) (2010). Málaga Saga
10. Jefe de la M. *La sal de la M* (No hay más ná) (2011).
11. Tote King. *Redes sociales* (2011). El lado oscuro de Gandhi
12. Elphomega. *Sol de Sábado, lluvia de Domingo* (2011). Phamtom pop
13. Gordo Master. *Agua pá beber* (con Langui) (2012). El intocable
14. Quilate. *En pie* (con Little Pepe) (2012). Estamos en el aire
15. Gordo Master. *Málaga City* (2012). Mi puerta
16. Zarman y Elphomega. *Suena fine* (2013). ONE
17. SFDK. *Bajo el mismo sol* (con Little Pepe) (2015). Sin miedo a vivir
18. Tote King. *Robocordones* (2015). 78




UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

